



BEVENUE

# Nutzungs- und Entwicklungsstudie für eine neue Stadthalle Wilhelmshaven

Aktualisierung 2023

Auftraggeber: GGS Grundstücke und Gebäude Stadt Wilhelmshaven  
Rathausplatz 9  
26382 Wilhelmshaven

Auftragnehmer: BEVENUE GmbH  
Beratung für Veranstaltungsstätten  
  
Nordendstraße 62  
80801 München  
[www.bevenue.de](http://www.bevenue.de)

## VORBEMERKUNG

Die vorliegende Aktualisierung der Potenzialstudie bzw. Studie zur Nutzung und Entwicklung einer neuen Stadthalle Wilhelmshaven wurde Ende Dezember 2022 durch die Stadt Wilhelmshaven, vertreten durch die GGS Grundstücke und Gebäude Stadt Wilhelmshaven, beauftragt.

Diese Aktualisierung wurde ebenso wie die Ursprungsstudie aus dem Jahr 2020 wurde nach bestem Wissen und Gewissen erarbeitet. Die Zahlen und Angaben wurden auf Grundlage der uns zur Verfügung gestellten Informationen sowie allgemein zugänglichen Informationen aus Drittquellen, wie bspw. dem Internet, Pressemitteilungen lokaler Zeitungen etc. unter der Annahme der Validität und Zuverlässigkeit dieser Informationen ermittelt, jedoch unter Ablehnung jeglicher Haftung.

Wie bei u. a. auf Marktdaten basierenden Untersuchungen üblich, gelten die Feststellungen nur für eine begrenzte Zeit. Danach sind sie den neuen Gegebenheiten anzupassen. Diese Studie erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit, Einschätzungen und Gewichtungen können sich in Folge neuer Erkenntnisse ändern.

Dieses Dokument einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung der BEVENUE GmbH unzulässig und strafbar.

BEVENUE GmbH

München im Frühjahr 2023

## ÜBER BEVENUE

*BEVENUE ist ein spezialisiertes Beratungsunternehmen im Bereich Publikums- und Veranstaltungsimmobilien (Englisch: 'venues'), wie Stadthallen, Tagungs-/Kongresszentren, Kulturzentren, Multifunktionshallen, Messen, Theater und Hotels.*

*Ausgehend von der Expertise bei organisatorischen, wirtschaftlichen und technischen Fragestellungen zu veranstaltungsbezogenen Immobilienprojekten und Betrieben öffentlicher und privater Auftraggeber berät BEVENUE Kunden bei der Entwicklung von Konzepten und Strategien für die Optimierung bereits bestehender, wie auch beim Bau und Betrieb neuer Veranstaltungsimmobilien. Dabei reicht das Leistungsspektrum von Markt-, Bedarfs- und Wettbewerbsanalysen sowie Raumkonzepten über Businesspläne und Vermarktungskonzepte bis hin zu Personal-, Investoren- und Betreiber-suchen. Als Partner des EVVC (Europäischer Verband der Veranstaltungs-Centren e.V.), des GCB (German Convention Bureau), des EITW (Europäisches Institut für Tagungswirtschaft), des IMKEN (Institut für Messe-, Kongress- und Eventmanagement) sowie der Volleyball Bundesliga ist BEVENUE seit langen Jahren ‚Sparringspartner‘ der Branche für Themenstellungen und Projekte in diesem spezialisierten Tätigkeitsfeld.*

## INHALTSVERZEICHNIS

VORBEMERKUNG.....	2
ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS.....	6
AUSGANGSLAGE UND AUFGABENSTELLUNG .....	7
INHALTE UND HERANGEHENSWEISE.....	8
1 STANDORT-, ANGEBOTS- UND WETTBEWERBSANALYSE .....	9
1.1 Der Standort Wilhelmshaven .....	9
1.1.1 Lage .....	9
1.1.2 Verkehrsanbindung .....	11
1.1.3 Wirtschaft.....	12
1.1.4 Bildung .....	13
1.1.5 Metropolregion Nordwest.....	14
1.1.6 Tourismus .....	15
1.1.7 Hotelmarkt .....	17
1.2 Der Veranstaltungsmarkt Wilhelmshaven.....	21
1.2.1 Exkurs: Grobeinschätzung potenzielles „Marktgebiet“ .....	21
1.2.2 Veranstaltungen.....	22
1.2.3 Exkurs: Allgemeine Kriterien der Standort- und Locationwahl für MICE-Veranstaltungen .....	24
1.2.4 Veranstaltungsstätten (Angebotsanalyse) .....	25
1.3 Fazit der Standort- und Angebotsbetrachtung .....	36
1.4 Wettbewerbs-/Wettbewerberanalyse .....	38
1.4.1 Oldenburg.....	38
1.4.2 Bremen .....	40
1.4.3 Bremerhaven .....	41
1.4.4 Emden .....	43
1.4.5 Aurich .....	44
1.4.6 Leer .....	46
1.4.7 Kernergebnisse der Wettbewerbsbetrachtung .....	47
2 ALLGEMEINE MARKT- / BRANCHENENTWICKLUNG RELEVANTER VERANSTALTUNGS- SEGMENTE – VOR UND NACH CORONA.....	49
2.1 Allgemeine Entwicklung des Veranstaltungsmarktes.....	49
2.2 Einzelbetrachtung: Live-Entertainment-Markt .....	50
2.3 Sonderbetrachtung: Gastspieltheater / Musicals .....	52
2.4 Einzelbetrachtung: Gesellschaftsveranstaltungen .....	53
2.5 Einzelbetrachtung: MICE-Markt .....	54

3	NUTZUNGSKONZEPT UND -ANFORDERUNGEN NEUE STADTHALLE .....	57
3.1	Grundlagen .....	57
3.2	Nutzungs-/Veranstaltungsprofil Stadthalle Wilhelmshaven (Bestand) .....	57
3.2.1	Grundlagen der Veranstaltungsauswertung .....	57
3.2.2	Auslastung und Nutzung durch Veranstaltungen .....	58
3.2.3	Besucher- und Teilnehmer .....	59
3.2.4	Veranstaltungsgrößen .....	60
3.2.5	Besucherauslastung .....	61
3.2.6	Risikostruktur (Vermietung/Eigenveranstaltung) .....	63
3.2.7	Veranstaltungsarten/-kategorien .....	63
3.2.8	Raumbelegung .....	64
3.2.9	Saisonalität .....	65
3.2.10	Besonderheiten innerhalb des Veranstaltungsmix .....	66
3.2.11	Fazit Nutzungs-/Veranstaltungsprofil .....	67
3.3	SOLL-Nutzungsprofil neue Stadthalle Wilhelmshaven .....	68
3.4	Marktseitige Einflussfaktoren bzw. Anforderungen .....	71
3.5	Nutzergruppenspezifische Anforderungen .....	73
3.5.1	Nutzergruppe „Kultur/Unterhaltung (Live-Entertainment)“ .....	73
3.5.2	Nutzergruppe „Gesellschaft“ .....	74
3.5.3	Nutzergruppe „Wirtschaft“ .....	75
3.5.4	Nutzergruppe „Verwaltung/öffentliche Hand“ .....	76
3.5.5	Nutzergruppe „Bildung“ .....	77
3.5.6	Exkurs: Mehrzwecknutzng (Kombination Kultur, Gesellschaft, MICE und Sport) .....	77
3.5.7	Fazit für die Entwicklung in Wilhelmshaven .....	79
3.6	Gastronomie .....	79
3.6.1	Eigengastronomie .....	80
3.6.2	Fremdgastronomie .....	81
3.6.3	Anmerkung zum Aspekt „Restaurantbetrieb“ (Tagesgastronomie) bei der Stadthalle .....	82
3.7	EXKURS: Wirtschaftlichkeit vs. Kommunale Zuschussituation .....	83
3.8	EXKURS: Betreibermarkt Veranstaltungsstätten mit sozio-kultureller Ausrichtung .....	84
4	BAULICHES RAUMKONZEPT .....	86
4.1	Ausgangssituation .....	86
4.2	Allgemeingültige Grundlagen für eine Stadthalle .....	87
4.2.1	Lage im städtebaulichen Kontext .....	87
4.2.2	Verkehrliche Erschließung .....	87
4.2.3	Äußeres Erscheinungsbild und Sichtbarkeit .....	87
4.2.4	Außenbereiche/Vorfahrt/Vorplatz .....	88
4.2.5	Anlieferung (Ladehof) .....	88
4.2.6	Wegeführung im Gebäudeinneren .....	89
4.3	Übergeordnete Annahmen .....	89

4.4	Raum- und Ausstattungskonzept (Detail).....	91
4.4.1	Großer Saal.....	92
4.4.2	Bühne/Hinter- und Seitenbühne .....	94
4.4.3	Regiebereich.....	95
4.4.4	Künstlergarderoben .....	96
4.4.5	Seminarbereich.....	96
4.4.6	Eingangsbereich .....	99
4.4.7	Hauptfoyer .....	100
4.4.8	Küchen-/Cateringbereich .....	104
4.4.9	Verwaltung.....	106
4.4.10	Lager .....	106
4.4.11	Gebäudetechnik .....	107
4.5	Raumkonzept (Übersicht).....	108
4.6	Flächenaddition.....	109
4.7	Offene Punkte .....	110
4.7.1	Konzept/Idee Seebühne/Open-Air-Bühne.....	110
4.7.2	Konzept/Idee Museumsbereiche .....	110
4.7.3	Parkhaus/Stellplätze.....	111
4.8	Funktionskonzept/-schema neue Stadthalle.....	111
5	BEWERTUNG STANDORTOPTIONEN.....	112
5.1	Allgemeines.....	112
5.2	Überblick Standortoptionen.....	112
5.3	Beschreibung der allgemeinen Standortfaktoren .....	113
5.4	Bewertung Standort A / Pumpwerk.....	116
5.5	Bewertung Standort B / Grenzstraße .....	119
5.6	Bewertung Standort C / Südzentrale .....	122
5.7	Bewertung Standort D / WTB .....	125
5.8	Bewertung Standort E / Geniusbank.....	128
5.9	Bewertung Standort F / TCN .....	131
5.10	Fazit Standortbewertung .....	134
6	KOSTENERMITTLUNG .....	136
6.1	Vorbemerkung .....	136
6.2	Benchmarking (Top-Down-Ansatz).....	137
6.2.1	Ansatz über Gesamtfläche neue Stadthalle (BGF): ca. 6.300 m <sup>2</sup> (ohne Eingang, Grundstück, Erschließung, Außenanlagen, Baunebenkosten) .....	138
6.2.2	Ansatz über Nutzfläche neue Stadthalle (NF): ca. 5.000 m <sup>2</sup> (ohne Eingang, Grundstück, Erschließung, Außenanlagen, Baunebenkosten) .....	139
6.3	Baukostenansatz (BKI-Basis, Bottom-Up-Ansatz).....	139
6.4	Fazit .....	141
7	HANDLUNGSEMPFEHLUNG.....	142



## ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

aka .....	also known as
ArbStättV .....	Verordnung über Arbeitsstätten
B&B .....	Bed & Breakfast
BEL .....	Belegungstag/e
BGF .....	Bruttogeschossfläche
BIP .....	Bruttoinlandsprodukt
D/H .....	Damen/Herren
DZT .....	Deutschen Zentrale für Tourismus
EAS .....	Evangelischen Arbeitsgemeinschaft für Soldatenbetreuung e. V.
ELA .....	Elektronische Lautsprecheranlage
E-Musik .....	Ernste Musik (i. d. R. Klassik)
EUR .....	Euro
EVVC .....	Europäischer Verband der Veranstaltungs-Centren e. V.
Ew .....	Einwohner
FH .....	Fachhochschule(n)
GCB .....	German Convention Bureau, German Convention Bureau
GGs .....	Grundstücke und Gebäude Stadt Wilhelmshaven
HACCP .....	Gefahrenanalyse und kritische Kontrollpunkte (hazard analysis and critical control points)
HOAI .....	Verordnung über die Honorare für Architekten- und Ingenieurleistungen
KAL .....	Kalendertag/e
KMU .....	Kleine und Mittelständische Unternehmen
MICE .....	Meetings, incentives, Conferences, Events/Exhibitions
MVStättVO .....	Musterversammlungsstättenverordnung
NF .....	Nutzfläche
NVStättVO .....	Niedersächsische Versammlungsstättenverordnung
O-Ton .....	Originalton
PAX .....	Personen <b>Pax</b> imal (Kapazität)
PCOs .....	Professional Congress/Conference Organiser
RBEL .....	Raumbellegung/en
TWWP .....	Trilateralen Weltnaturerbe-Wattenmeer-Partnerschaftszentrum
UE .....	noch zu bestimmen
U-Musik .....	Unterhaltungsmusik (i. d. R. Pop/Rock, Jazz etc.)
VAs .....	Veranstaltung/en
VAT .....	Veranstaltungstag/e

## AUSGANGSLAGE UND AUFGABENSTELLUNG

Die niedersächsische Stadt Wilhelmshaven (ca. 77.837 Einwohner (Stand 12/2021)) ist eine kreisfreie Stadt mit vielen Facetten – eine familienfreundliche Wohnstadt mit historischem Stadtkern, eine Industrie- und Hafenstadt an der Nordwestküste des Jadebusens. Sie ist Standort national und international agierender Unternehmen aus den Branchen Energie und Chemie, Produktion und Verarbeitung von Lebensmitteln sowie Maschinen- und Anlagenbau. Hinzu kommen diverse kleinere, mittelständische Unternehmen.

Für Veranstaltungen stehen in Wilhelmshaven diverse Einrichtungen zu Verfügung. Die Stadt selbst ist dabei Eigentümer- und Betreiberin des 1979 als Handels- und Gewerbeimmobilie in Betrieb genommenen „Jade-Zentrums“, dessen Bestandteil die ehemalige Stadthalle Wilhelmshaven ist. Auf einer Gesamtfläche von rund 5.500 m<sup>2</sup> bot die im Juni 2021 geschlossene Stadthalle 7 Säle, die z. T. über flexible Trennwandsystem miteinander kombiniert werden konnten. Über viele Jahre hinweg fanden und finden in der Stadthalle unterschiedlichste Veranstaltungen statt – von Kultur (z. B. Konzerte (Rock/Pop), Comedy, Theater, Musicals), Soziales/ Gesellschaft (z. B. Brauchtumsveranstaltungen, Bälle, Vereinsfeste) bis Wirtschaft (z. B. Tagungen, Firmenveranstaltungen).

Dabei war das Raumangebot und die Infrastruktur der „Immobilie“ Stadthalle insbesondere vor dem Hintergrund heutiger Anforderungen von Kunden und Veranstaltern an Veranstaltungsstätten nicht mehr zeitgemäß und beschränkt. Auch die Qualität des Angebotes, d. h. der bauliche Zustand, das Erscheinungsbild und die technische Ausstattung der Stadthalle sowie auch des Gesamtkomplexes „Jade-Zentrum“ wiesen z. T. erhebliche Schwächen sowohl im Bereich der Stadthalle selbst als aber auch in den z. T. seit längerer Zeit brachliegenden Gewerbeflächen auf. Mängel in der Lüftungs- und Entrauchungsanlage führten dazu, dass 2021 die Nutzung untersagt wurde und der Gebäudekomplex geschlossen werden musste.

Vor dem Hintergrund der seit Jahren absehbaren Entwicklung und des Zustands des Gebäudekomplexes „Jade-Zentrum“ hat der für das Objekt zuständige Eigenbetrieb Grundstücke und Gebäude der Stadt Wilhelmshaven (kurz: GGS) diverse Konzepte im Zusammenhang mit der Zukunft und Entwicklung der Stadthalle oder einer Alternativlocation angestoßen. Die bis zunächst 2020 und nun erneut diskutierten Szenarien hierzu reichen von einer Sanierung des Bestands über einen Rückbau mit anschließender Entwicklung von Wohn- und Gewerbenutzungen bis zu einem Neubau einer Stadthalle auf dem Nachbargrundstück des Trilateralen Weltnaturerbe-Wattenmeer-Partnerschaftszentrums (kurz: *TWWP*) am Banter See. Hierzu wurde 2020 eine Entwicklungsstudie durch BEVENUE erarbeitet, die u. a. in dem Ergebnis mündete, dass der Standort Banter See als möglicher Standort gegenüber weiteren, damals geprüften Alternativstandorten aus Veranstalter-/Veranstaltungssicht die größeren Vorteile auswies.

Infolge der 2020er-Studie gab es aufgrund umfangreicher Diskussionen auf politischer Ebene und in der Öffentlichkeit eine Einwohnerbefragung sowie ein Bürgerbegehren zum möglichen Projektstandort Banter See. Zwei Verfahren, die zu dem Ergebnis kamen, dass der Standort Banter See, Naherholungsgebiet mit umfangreichen Grün- und Uferflächen, nicht weiter als möglicher Standort für eine neue Stadthalle betrachtet werden soll. Im Herbst 2022 hat die Stadt die Durchführung eines Interessenbekundungsverfahrens für das Areal des „Jade-Zentrums“ beschlossen, das u. a. auf die „Realisierung einer Stadthalle und/oder einer weiteren städtebaulichen Entwicklungsmöglichkeit abzielt.“<sup>1</sup> Bestenfalls soll dabei im Zusammenhang mit der Stadthalle „zukünftig das unternehmerische Risiko von einem privaten Betreiber getragen werden.“

Parallel zu dem Interessenbekundungsverfahren soll nun die 2020er-BEVENUE-Studie aktualisiert sowie der seit 2019 ebenfalls in der Entwicklungsdiskussion befindliche Standort „Pumpwerk“ als weitere Option geprüft sowie weitere, ergänzende Aspekte beleuchtet werden – diese Aktualisierung und Standortprüfung ist Gegenstand dieses vorliegenden Dokuments. Auf Basis des Ergebnisses des Interessenbekundungsverfahrens, der stadt-/verwaltungsinternen Prüfung weiterer wirtschaftlicher und personeller Aspekte sowie der

<sup>1</sup> Quelle: Protokoll über die Sitzung des Rates der Stadt Wilhelmshaven mit Einwohnerfragestunde am Mittwoch, 12. Oktober 2022, 15:00 Uhr, im Ratssaal Nr. 11/2022

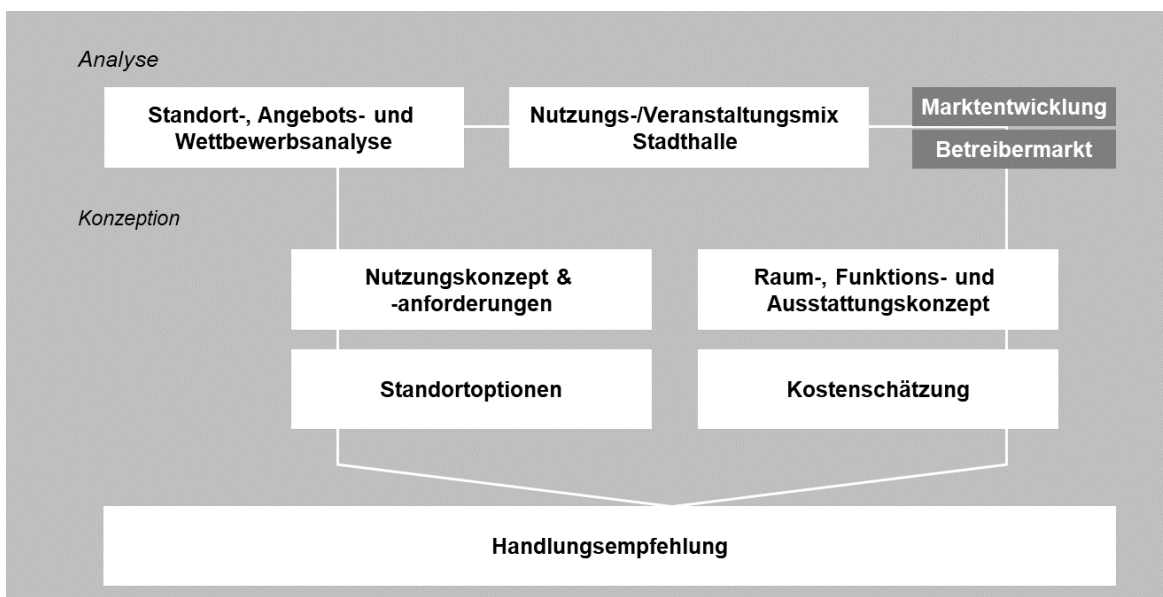
aktualisierten Studie soll dann der Rat der Stadt eine endgültige Entscheidung zu der Entwicklung einer neuen Stadthalle sowie deren Standort treffen.

## INHALTE UND HERANGEHENSWEISE

Im Rahmen der ursprünglichen Nutzungs-/Entwicklungsstudie wurden zunächst die allgemeinen und veranstaltungsrelevanten Rahmenbedingungen der Stadthalle sowie die Markt- und Wettbewerbssituation in den Segmenten Live-Entertainment/Kultur, Tagungen/Kongresse und Gesellschaftsevents am Standort Wilhelmshaven und dessen regionalem Umfeld analysiert. Parallel dazu erfolgte eine Untersuchung der damaligen IST-Situation der Stadthalle mit Fokus auf das Nutzungsprofil. Aufsetzend auf der Untersuchung der damaligen IST-Situation erfolgte dann die Ableitung eines groben Nutzungskonzepts für eine neue Stadthalle sowie eine grobe Beschreibung markt-/branchenüblicher Nutzeranforderungen an derartige Veranstaltungslocations sowie mögliche Catering-/Gastronomiemodelle.

In einer zweiten „Konzeptions-Phase“ wurde dann ein auf die zukünftige Nutzung ausgerichtetes Raum- und Funktionskonzept für die veranstaltungsrelevanten Flächen einer neuen Stadthalle erarbeitet, das bauliche, funktionale und ausstattungsbezogene Aspekte in aggregierter Form beinhaltet. Zudem wurde untersucht, welches der für diese Entwicklung derzeit angedachten Grundstücke (Bestand, Banter See) sich für eine derartige Entwicklung besser eignet.

Anschließend wurden auf Grundlage des o. g. Raum- und Funktionskonzeptes einer neuen Stadthalle entsprechende Bau-/Investitionskosten abgeschätzt sowie eine Empfehlung zur Entwicklung einer neuen Stadthalle ausgesprochen.



Die nun mit diesem Dokument erfolgte Überarbeitung der Ursprungsstudie beinhaltet nicht nur eine Aktualisierung und Anpassung der Daten und Aussagen der 2020er-Studie, sondern auch ergänzende Ausführungen zur Entwicklung und Perspektive der für den Standort Wilhelmshaven und eine neue Stadthalle relevanten Segmente des Veranstaltungsmarktes, des Betreibermarktes sowie eine Prüfung der Standortoption „Pumpwerk.“ Gleichzeitig wurde die infolge der Bürgerbefragung ausgeschlossene Standortoption „Banter See“ aus dieser aktualisierten Version der Studie herausgenommen.



## 1 STANDORT-, ANGEBOTS- UND WETTBEWERBSANALYSE

Die Stadt Wilhelmshaven steht als Veranstaltungsdestination in den Segmenten Kultur/Live-Entertainment, Gesellschaft/Soziales und Konferenzen/Tagungen (MICE = Meetings, Incentives, Conferences & Events) im Wettbewerb mit anderen Städten, Standorten und deren Veranstaltungskapazitäten auf regionaler und überregionaler Ebene.

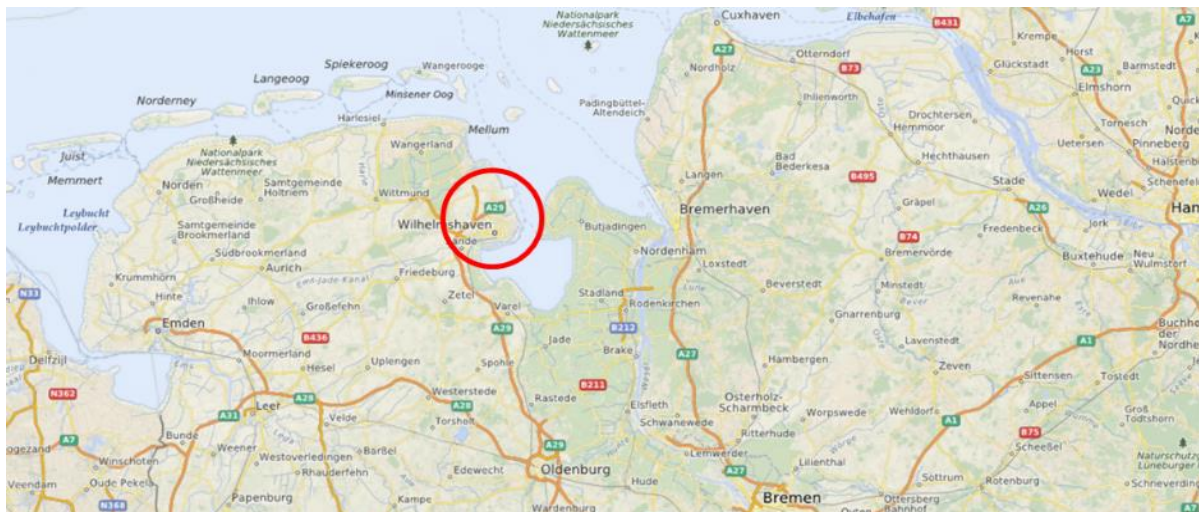
Zur Bewertung der Zukunftsfähigkeit der Veranstaltungsdestination Wilhelmshaven, einer neuen Stadthalle und damit der Attraktivität des Standortes und der Location gegenüber Wettbewerbern werden nachfolgend die veranstaltungsrelevanten Standortfaktoren Wilhelmshavens und des Umfeldes der Stadt sowie wesentliche, wettbewerbsbeeinflussende Markt Faktoren und Wettbewerber im regionalen Umfeld Wilhelmshavens als grundlegende Indikatoren hierfür herangezogen und grob beurteilt.

### 1.1 Der Standort Wilhelmshaven

#### 1.1.1 Lage

Die Stadt Wilhelmshaven liegt an der Nordwestküste des Jadebusens, nahe der niedersächsischen Nordseeküste und ist mit rund 77.800 Einwohnern (2021) und rund 182.000 Einwohnern in der näheren Region (Radius ca. 30 Kilometer) Oberzentrum sowie unter den 10 größten Städten Niedersachsens. Die kreisfreie Stadt umfasst 24 Stadtteile und gehört seit 2006 zur Metropolregion Nordwest, eine von elf Metropolregionen in Deutschland mit rund 2,97 Mio. Einwohnern (2021).

Geographisch liegt Wilhelmshaven im nördlichen Niedersachsen, knapp 100 km Pkw-Fahrstrecke nordwestlich von Bremen, ca. 80 km westlich von Bremerhaven und ca. 56 km nördlich von Oldenburg entfernt.



Die Städte Bremen, Bremerhaven, Oldenburg und Emden sowie die in der Nachbarschaft zu Wilhelmshaven liegenden Kreise Friesland, Wesermarsch, Ammerland und Wittmund sind Regionen mit jeweils einer eigenen „Identität“ und hohem Identifizierungsgrad ihrer Einwohner, eigenen Wirtschafts- und Wissenschaftsclustern, eigenen Veranstaltungswesen und differenzierten Angeboten an unterschiedlichsten Veranstaltungskapazitäten. Gerade die größeren Städte Bremen, Bremerhaven und Oldenburg aber auch Emden, Aurich und Leer zeichnen sich zudem teilweise durch individuelle Einzugsgebiete bzw. Zentrumswirkungen auf regionaler und überregionaler Ebene aus.

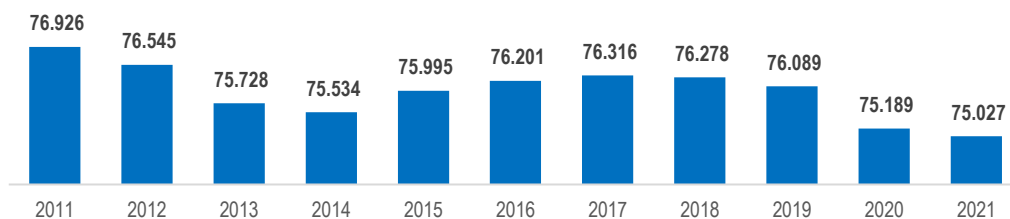
Als Teil dieses Großraums steht die Stadt Wilhelmshaven mit ihrem gesamten Veranstaltungsangebot grundsätzlich im intensiven Wettbewerb zu den bereits im Markt etablierten und differenzierten Angeboten der o. g. Städte mit deren veranstaltungsrelevanten Angeboten (Stadthallen, Kulturzentren, Multifunktionshallen, Tagungshotels, Fort-/Weiterbildungseinrichtungen, Universitäten/Fachhochschulen etc.). Dies betrifft sowohl bereits vorhandene als auch geplante Veranstaltungskapazitäten. Dennoch aber ist auch in Wilhelmshaven ein eigenständiges Veranstaltungswesen mit stadtspezifischen Inhalten und Ausprägungen vorhanden.

- ▶ Lage und Einzugsgebiet Wilhelmshavens grundsätzlich positiv.
- ▶ Die Lage am Jadebusen beschneidet allerdings das Einzugsgebiet erheblich bzw. schneidet Wilhelmshaven „gefühlte“ von den östlich gelegenen Städten und Gemeinden ab.
- ▶ „Nachteilige“ Nachbarschaft zu Bremen und Oldenburg, da dort das Kultur-/Veranstaltungsangebot breiter und größer ausgestaltet ist = Chance für Wilhelmshaven durch Spezialisierung.
- ▶ Chancen für Wilhelmshaven und seine Veranstaltungsstätte(n) bestehen primär im lokalen Umfeld  
 ➔ Daseinsfürsorge für ihre Einwohner und Tourismus: gesellschaftlicher und kultureller Mittelpunkt der Stadt!

### 1.1.2 Bevölkerung / Bevölkerungsentwicklung

Die Stadt Wilhelmshaven verzeichnete in den letzten Jahren einen Rückgang der Bevölkerung. Nachdem 2011 nach der offiziellen Statistik des Landesamtes für Statistik Niedersachsen noch knapp 77.000 Personen in Wilhelmshaven lebten, waren es 2021 nur noch rund 75.000 (- 2,5 %). Dieser Trend wird sich nach Einschätzung von Studie „Demographiebericht“ der Bertelmann-Stiftung aus 2017 sowie des Berlin-Instituts für Bevölkerung und Entwicklung aus 2019 und in den Folgejahren fortsetzen. So wird gem. der beiden Studien Stadt bis 2030 mit einer weiter rückläufigen Einwohnerentwicklung gerechnet (Best Case: - 5 % Einwohner, Worst Case: -12 % Einwohner).

Entwicklung Bevölkerung Stadt Wilhelmshaven



Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen

Nach Angaben und Strukturierung des Landesamtes für Statistik Niedersachsen verteilte sich die Bevölkerungszahl in Wilhelmshaven in 2018 zu 50,6 % (37.973 Einwohner) auf die Hauptzielgruppe von Veranstaltungen und Veranstaltungslocations im Alter zwischen 25 und 65 Jahren. Zukunftstrends und folgend, wird die Gruppe der 65 – 75-jährigen als Zielgruppe für Veranstaltungen und den damit verbundenen Besuch einer Veranstaltungsstätte zunehmen, so dass auch dieser Anteil in Höhe von derzeit 12,0 % (ca. 9.000 Einwohner) ebenfalls eine relevante Zielgröße ist. Einen geringeren Anteil aber dennoch eine zahlungskräftige Zielgruppe sind die Jugendlichen und Jungerwachsenen in der Gruppe zwischen 20 und 25 Jahren (ca. 4.800 Einwohner). Aber hier gilt die Einschätzung der rückläufigen Bevölkerungsentwicklung - so wird erwartet, dass gerade die Zielgruppe der 25 bis 65-jährigen in Wilhelmshaven gem. der Trends in anderen, vergleichbaren Städten abnehmen wird (Stichwort: Arbeitsplätze).

- ▶ Im Status quo geringfügig rückläufige Bevölkerungsentwicklung am Standort Wilhelmshaven – zu erwartender, stärkerer Rückgang in den nächsten Jahren.
- ▶ Für Veranstaltungen wichtigste Kernzielgruppe der 25- bis 65-jährigen ist aktuell stark vertreten, sie wird sich aber auch in Wilhelmshaven reduzieren.
- ▶ Dennoch erscheint Basis für veranstaltungsrelevantes Nachfragepotenzial durch Einwohner der Stadt (zzgl. externe Besucher) auf lokaler Ebene gegeben – aber auf „begrenztem Niveau“.

### 1.1.3 Verkehrsanbindung

Wilhelmshaven ist zwar an diverse Verkehrsmittel angebunden, aus Veranstalter-/Veranstaltungs- bzw. Veranstaltungsbesuchersicht aber nur grenzwertig erreichbar. Die Lage unmittelbar an der Küste in dem landschafts- und landwirtschaftlich geprägten Raum und die vorhandenen, aber nur begrenzten Bezüge zu den Städten Oldenburg, Bremen/Bremerhaven und Emden sind ein wichtiger Standortfaktor Wilhelmshavens.

#### Mit dem PKW

Wilhelmshaven ist über die Autobahn A 29 und die Bundesstraße B 210 an das regionale und überregionale Fernstraßennetz angebunden. So führt die A 29 südlich aus dem nördlichen Stadtbereich heraus in Richtung Oldenburg und von dort via dem Autobahndreieck Ahlhorner Heide auf die A 1 (Dortmund–Bremen) und die A 28 (Leer–Delmenhorst).

Die ins Stadtzentrum verlaufende B 210 führt von Emden über Aurich, Wittmund und Jever nach Wilhelmshaven und gilt als wichtigste Ost-West-Verbindung in der Region. Zudem sind mit der B 436 und der B 461 zwei Bundesstraßen als weitere Verkehrsachsen vom Stadtgebiet aus erreichbar.

#### Mit der Bahn / ÖPNV

Der Bahnhof Wilhelmshaven ist an das Streckennetz der Deutschen Bahn mit diversen Verbindungen angeschlossen. So fahren den Bahnhof Wilhelmshaven diverse Regionalbahn- und Regionalexpresszüge des privaten Bahnunternehmens NordWestBahn an. Seit Februar 2003 besteht eine Direktverbindung Wilhelmshaven–Oldenburg–Bremen. Eine ICE oder IC-Verbindung nach Wilhelmshaven gibt es derzeit nicht.

Durch die Ende 2022 erfolgte Erweiterung auf zwei Gleisstrecken sowie die Elektrifizierung der Bahnstrecke Oldenburg–Wilhelmshaven wurde die Infrastruktur für den bahnbasierten Personen- und Güterverkehr auf einer der wichtigsten europäischen Handelsrouten zum JadeWeserPort deutlich ausgebaut. Auch der Personenverkehr profitiert von einem besseren Angebot im Nahverkehr mit häufiger verkehrenden Zügen und modernisierten Bahnhöfen.

Die Stadt verfügt über diverse Stadtbuslinien, die von unterschiedlichen Regionalbusunternehmen vom Bahnhof aus diversen Zielen im Stadtgebiet und im Umland Wilhelmshavens anfahren.

#### Mit dem Flugzeug

Der nächstgelegene Flughafen zu Wilhelmshaven befindet sich im ca. 80 Kilometer entfernten Bremen. Weitere Flughäfen in der Nähe von Wilhelmshaven sind der Flughafen Hamburg (ca. 150 Kilometer), der Flughafen Münster/Osnabrück (ca. 185 Kilometer) und der Flughafen Hannover-Langenhagen (ca. 190 Kilometer).

Außerdem gibt es noch ca. 4 km südwestlich von Wilhelmshaven den JadeWeserAIRPORT, der allerdings fast ausschließlich von privaten Geschäfts- und Hobbyfliegern und gewerblichen Hubschrauberverkehren genutzt wird.

- ▶ Erreichbarkeit aus dem regionalen Umkreis aufgrund der neuen Bahnstrecke verbessert, aus dem überregionalen Umkreis mit üblichen Verkehrsmedien aufgrund Taktung und Umsteigeerfordernis nur bedingt gut/komfortabel = Entscheidungskriterium für Veranstaltungsbesucher/Veranstalter und Geschäftsreisende, relevant für Standort-/Destinationsmarketing.

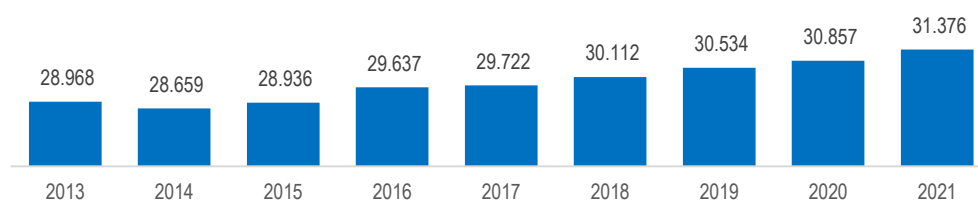


### 1.1.4 Wirtschaft

Mit knapp 31.380 sozialversicherungspflichtigen Personen (06/2021) am Arbeitsort ist Wilhelmshaven ein relevanter Impulsgeber und ein wichtiger Standort für diverse, größtenteils mittelständische, familiengeprägte Unternehmen, Einrichtungen und Organisationen. Dabei ist die Entwicklung der Beschäftigtenzahl auf der Stadtebene in den letzten Jahren positiv, d.h. leicht ansteigend.

Die Arbeitslosenquote lag nach Angaben der Stadt (Fachbereich Stadtplanung und Stadterneuerung, Statistik) im September 2022 bei rund 10,6 % und damit über dem Bundesdurchschnitt (5,4 %) im gleichen Zeitraum. Zu den knapp 13.260 Einpendlern (06/2020) kommen zusätzlich täglich statistisch nicht erfasste Geschäfts- und Privatreisende in die Stadt. Den Einpendlern und Gästen der Stadt stehen rund 8.300 Auspendler (06/2020) gegenüber, was zu einem Pendlerüberschuss von knapp 5.000 Personen führt.

Entwicklung sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort in der Stadt Wilhelmshaven



Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen

Prägende Wirtschaftszweige sind die Dienstleistungen mit knapp 58 % der Beschäftigten, das produzierende Gewerbe und das Segment Handel, Gastgewerbe und Verkehr stellen rund 22 % bzw. 20 % der Beschäftigten vor Ort. Die per se breit aufgestellte Wirtschaftsstruktur mit einem facettenreichen Spektrum an Unternehmen ist ein wesentlicher Baustein für den Wirtschaftsstandort Wilhelmshaven – Handwerksbetriebe, kleine und mittelständische Unternehmen (KMU), „Nischen“-/Spezial-/High-Tech-Unternehmen und weltweit tätige Konzerne, wie z. B.

- Manitowoc Crane Group Germany GmbH
- VYNOVA Wilhelmshaven GmbH
- Nietiedt GmbH
- EUROGATE Container Terminal Wilhelmshaven GmbH & Co. KG
- NORDFROST GmbH & Co. KG
- Mindfactory AG
- Fr. Lürssen Werft GmbH & Co. KG
- ALBA Metall Nord GmbH
- Bundeswehr
- UVB Unfallversicherung Bund und Bahn
- Greenland Seafood Wilhelmshaven GmbH
- Uniper
- etc.

Dabei liegt der Schwerpunkt der am Standort Wilhelmshaven vertretenden Branchen in den Bereichen Metallverarbeitung, Schifffahrts- und Werftindustrie, Chemie, Energie, Lebensmittel und Logistik.

Im Dezember 2022 wurde Deutschlands erstes LGN-Terminal in Wilhelmshaven eröffnet. Als „Energiedreh-scheibe“ der Zukunft soll nun in den nächsten Jahren auch eine umfangreiche Wasserstoff-Industrie in Wilhelmshaven mit entsprechenden Unternehmen und Einrichtungen angesiedelt werden.

Durch die geographische Randlage an der Nordseeküste mit entsprechender Verkehrsinfrastruktur und Aspekten der Erreichbarkeit kämpft Wilhelmshaven, wie auch viele andere Städte im ländlichen Raum, aber trotz diverser Initiativen um die Bindung und Ansiedlung weiterer Unternehmen, Organisationen und Einrichtungen sowie deren entsprechend qualifizierte Fachkräfte (Stichwort: Fachkräftemangel). Hierfür spielen Standortfaktoren, wie die Kindergarten- und Schullandschaft, die Struktur des Einzelhandels, der Gastronomie und der Hotellerie, das Stadtbild und auch das Angebot an kulturellen/gesellschaftlichen Veranstaltungen (Stichwort: Stadthalle/Pumpwerk) eine wichtige Rolle bei der Ansprache und Bindung von Fachkräften und deren Familien.

Der Prognos-Zukunftsatlas 2022 sieht für die Stadt Wilhelmshaven erhöhte Zukunftsrisiken bzgl. der weiteren, zukünftigen Entwicklung, für den Landkreis Friesland dagegen ausgeglichene Chancen/Risiken<sup>2</sup>.

Kennziffern für Wilhelmshaven, wie die einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Einwohner (2022: 6.776 EUR/ Index: 93,1, die Zentralitätskennziffer (Maß für die Attraktivität eines Standortes als Einkaufsort, 2020: 123,3) und die Umsatzkennziffer (alle im örtlichen Einzelhandel getätigte Umsätze, 2020: 115,24) weisen die Stadt selbst als wirtschaftlich gesunde und potente Einkaufsstadt aus<sup>3</sup>.

- ▶ Arbeitsmarktstruktur mit grundsätzlich positiven Entwicklungstendenzen, aber auch mit Herausforderungen im Hinblick auf Unternehmensansiedlungen und die Fachkräftesituation.
- ▶ Wirtschaft geprägt durch Dienstleistungen, produzierendes Gewerbe und Handel/Gastgewerbe. Zukünftig zudem durch die Wasserstoff-/Energiewirtschaft.
- ▶ Eine neue Stadthalle würde kulturelle und gesellschaftliche Angebot erhöhen und zur Attraktivität des Standortes sowohl für Unternehmensansiedlungen als auch für die Anwerbung von Fachkräften (= Einwohner) und die Standortbindung/-identifikation der Bürger steigern.
- ▶ Grundsätzliches Nachfragepotenzial am Standort Wilhelmshaven sowohl in Bezug auf Wirtschaftsveranstaltungen (Seminare, Meetings, Tagungen, Kongresse - mögliche Themenschwerpunkte Maritimes (Wirtschaft, Naturschutz/Nachhaltigkeit, Metallverarbeitung und Logistik)), Energiewende/alternative Energien als auch auf einwohnerrelevante Kultur- und Gesellschaftsveranstaltungen.

### 1.1.5 Bildung

Wilhelmshaven ist Schulstandort und verfügt als solcher über 11 Grundschulen und weitere 9 schulische Bildungseinrichtungen. Hierzu zählen 2 öffentliche Gymnasien, 4 Oberschulen und eine integrierte Gesamtschule. Hinzu kommen berufsbildende Schulen und Förderschulen.

Wilhelmshaven ist zudem Standort der Jade Hochschule (staatliche Fachhochschule). Mit ca. 4.200 Studierenden ist der Standort Wilhelmshaven der größte Standort der Fachhochschule (weitere Standorte: Oldenburg und Elsfleth) und bietet die Studiengänge Ingenieurwissenschaften, Management, Information, Technologie, Tourismus, Gesundheits- und Sozialwirtschaft sowie Wirtschaft an.

Daneben ist Wilhelmshaven auch Standort einiger wissenschaftlicher Forschungseinrichtungen, wie z. B. das Deutsche Zentrum für Marine Biodiversitätsforschung, das Institut für Chemie und Biologie des Meeres (ICBM-Terramare), das Niedersächsische Institut für historische Küstenforschung, das Forschungsinstitut Senckenberg und das Institut für Vogelforschung "Vogelwarte Helgoland". Zudem wird zukünftig das Trilaterale Weltnaturerbe Wattenmeer-Partnerschaftszentrum am Standort Banter See ein neues inhaltliches sowie auch städtebauliches Highlight bilden.

- ▶ Das vielfältige schulische Angebot und damit verbunden, die Schülerzahlen bieten neben schulischen Abschlussbällen (z. B. Abibälle/-feiern) auch Potenzial für „junge“ Veranstaltungen in einer neuen Stadthalle wie Partys bspw. zu Halloween, Konzerte, Disco-/Partyveranstaltungen etc.
- ▶ Die Entwicklung der Fachhochschule (FH) am Standort hat ebenfalls Auswirkungen auf die potenzielle zukünftige Nachfrage nach Veranstaltungskapazitäten und das veranstaltungsrelevante Besucheraufkommen (Gesellschafts- und Kulturevents).
- ▶ Auch bieten die FH sowie die diversen Forschungseinrichtungen ein grundsätzliches Potenzial für themen-/fachbezogene Veranstaltungen.

<sup>2</sup> Quelle: [www.prognos.com/de/zukunftsatlas](http://www.prognos.com/de/zukunftsatlas)

<sup>3</sup> Quelle: Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg und CIMA Beratung + Management GmbH/BBE Handelsberatung GmbH & Stadt Wilhelmshaven, WHV Statistik 2018



### 1.1.6 Metropolregion Nordwest

Wilhelmshaven ist Bestandteil der Metropolregion Nordwest, eine der elf Europäischen Metropolregionen in Deutschland. Die Metropolregion umfasst 5 Städte und 11 Landkreise, 2 Länder sowie Industrie- und Handelskammern in den Bundesländern Bremen und Niedersachsen. Sie ist Lebensraum von knapp 2,8 Mio. Menschen (2021) und umfasst bekannte Städte wie Bremen, Bremerhaven, Oldenburg, Wilhelmshaven etc.

Die knapp 1,5 Mio. Erwerbstätigen in der Metropolregion erwirtschaften ein BIP zu Marktpreisen i. H. v. rund 101.322 Mio. € (2020). Die Region verfügt über ein breites Spektrum an Unternehmen und Einrichtungen sowie Knowhow in Industrie und Dienstleistung. Das Unternehmerfeld ist stark mittelständisch geprägt, weist dabei aber auch eine Vielzahl an Hidden Champions und Marken mit Weltruf aus. Die Branchen Agrar- und Ernährungswirtschaft, Automobil, Energie, Gesundheit, Kultur- und Kreativwirtschaft, Logistik und Maritime Wirtschaft, Luft- und Raumfahrt sowie Tourismuswirtschaft gelten als die Kompetenz- und Zukunftsfelder der Metropolregion.

Darüber hinaus sind in der Metropolregion eine Vielzahl an Universitäten und Hochschulen sowie Forschungs- und Entwicklungseinrichtungen angesiedelt, die diese Region zu einem überregional anerkannten Wissenschaftsstandort mit entsprechend ansässigen Fachkräften machen.

Die Metropolregion ist aber nicht nur Wirtschafts-, Arbeits- und Bildungsstandort mit einer differenzierten Verkehrsinfrastruktur, die Region ist auch Wohn- und Lebensraum für viele Menschen in der Region selbst und deren angrenzendem Umland. Die Metropolregion zeichnet sich dabei durch eine Vielzahl an unterschiedlichsten Städten mit historischen Zentren/Altstädten wie auch durch eine vielseitige Kultur- und Naturlandschaft aus.

In Hinblick auf das Veranstaltungswesen, zu dem neben kulturellen und gesellschaftlichen Veranstaltungen auch Meetings, Konferenzen, Tagungen, Kongresse etc. (MICE-Veranstaltungen) zählen, ist festzustellen, dass die Veranstaltungsdestination Wilhelmshaven als Bestandteil der Metropolregion mit den hier vorhandenen Kapazitäten und Angeboten im äußerst intensiven Wettbewerb steht. Standorte wie z. B. Bremen, Bremerhaven und Oldenburg profitieren dabei von der sehr guten und gegenüber Wilhelmshaven deutlich besseren Verkehrsanbindung bzw. Erreichbarkeit aus dem jeweiligen Umfeld und auch der Region, der hohen Dichte an Unternehmen, Forschungs- und Bildungseinrichtungen sowie der finanziellen Solidität der Städte, die sich u. a. moderne Veranstaltungshäuser leisten und diese vermarkten können.

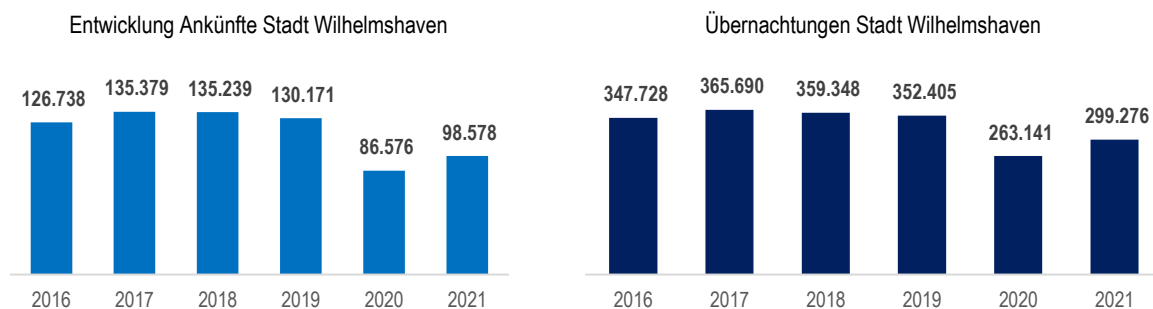


- ▶ Die Metropolregion und die hier ansässigen Einrichtungen, Unternehmen und Organisationen als grundsätzlich attraktive Grundlage und potenzialreiche Generatoren von Veranstaltungen, insbesondere im MICE-Segment. Wilhelmshaven jedoch in einer im Vergleich zu anderen Städten nachteiligen Randlage/-position (geographisch).
- ▶ Starke Wettbewerbssituation für eine neue Stadthalle in Wilhelmshaven durch hohe Dichte an Veranstaltungsstätten in der Region, Erreichbarkeitschwächen sowie durch Standortbezüge/-bindungen von Veranstaltern.

### 1.1.7 Tourismus

Wilhelmshaven ist umgeben von einer abwechslungsreichen Landschaft, die Stadt liegt am Jadebusen am Küstenrand der Nordsee und bietet ein differenziertes maritimes und naturtouristisches Angebot. Von und nach Wilhelmshaven führen eine Vielzahl an Wander- und Radwanderwegen, das bekannte Deutsches Marinemuseum und der JadeWeserPort sowie die jährlich stattfindenden Hafen- und Stadtfeste oder die Segelregatta „Wilhelmshaven Sailing Cup“ sind neben dem allgemeinen, für Deutschland und somit auch für Wilhelmshaven zunehmend wichtigen Urlaubstourismus „im eigenen Land“ wesentliche „Zugpferde“ des Tourismus.

Die Stadt konnte in den Jahren vor Corona eine steigende Gästefrequentierung verzeichnen. So generierten im Jahr 2019 die rund 130.200 registrierten Ankünfte in Hotels mit zehn oder mehr Betten (und Campingplätzen) ein Volumen von ca. 352.400 Übernachtungen. Gegenüber 2014 bedeuten diese Werte +15 % mehr Gästeankünfte bei gleichzeitig über 13 % mehr Übernachtungen. Infolge der Corona-Pandemie und den aufgabenbedingten Betriebsschließungen brach das Volumen an Gästeankünften und Übernachtungen in Wilhelmshaven zwangsweise 2020 ein. 2021 konnte eine leichte Erholung bei diesen Kennzahlen verzeichnet werden, Daten zu 2022 liegen aktuell noch nicht vor, es wird aber davon ausgegangen, dass die Jahreswerte 2022 wieder annähernd das Niveau von 2018/2019 erreichen.



Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen

Zusätzlich zu diesen statistisch erfassten Ankünften und Übernachtungen kann in Wilhelmshaven von weiteren Übernachtungen in nicht gewerblichen Unterkünften (z. B. bei Verwandten und Bekannten) ausgegangen werden. Dieses Volumen an Reisenden (Ankünfte und Übernachtungen) wird statistisch nicht erfasst, ist aber bei der Gesamtbewertung der tourismusrelevanten Kennzahlen auch zu berücksichtigen.

#### Tagestourismus

Ebenfalls statistisch nicht erfasst werden Tagesreisende, die aus privaten (Familienfeiern, Besuche, Veranstaltungen etc.) sowie aus geschäftlichen Anlässen (Gespräche, Konferenzen/Tagungen, etc.) an den Standort Wilhelmshaven reisen. Als möglicher Orientierungswert kann dabei das Verhältnis 80 % Tagesreisende aus privaten Anlässen und ca. 20 % aus geschäftlichen Anlässen gem. entsprechender Werte anderer Städte in Betracht gezogen werden.

Eine 2016 durch das Beratungsunternehmen DWIF durchgeführte Studie geht nach Angaben der 2019er Kohl & Partner-Studie von rund 3,5 Mio. Tagesbesuchern in Wilhelmshaven p. a. aus.

#### Geschäftsreisende

Geschäftsreisende bilden üblicherweise eine starke und große Nachfragegruppe des Tourismus bzw. des Übernachtungsaufkommens in Mittel- und Großstädten, wie u. a. auch Wilhelmshaven. Der Geschäftsreisetourismus in Wilhelmshaven wird dabei vermutlich vor allem durch die vor Ort ansässigen Unternehmen sowie durch die wissenschaftlichen Einrichtungen, die Fachhochschule sowie die Einrichtungen der öffentlichen Hand und die Bundeswehr angetrieben. Er erzeugt aber nicht nur Übernachtungsvolumen in den Hotels bzw. Beherbergungsbetrieben (insofern es keine Tagesreisende sind), sondern auch Bedarfe nach Tagungs- und Veranstaltungsräumen sowie veranstaltungsbezogenen Dienstleistungen.

Tages-/Geschäftsreisenden, die zu Terminen und Veranstaltungen nach Wilhelmshaven kommen, nutzen zudem z. T. das hier vorhandene Angebot an Gastronomie, Einzelhandel und sonstigen Dienstleistungen (Stichwort: Sekundärnutzen).

Eine genauere Quantifizierung des Urlaubs-, Tages- und Geschäftsreisetourismus in Wilhelmshaven, aus der sich möglicherweise auch Rückschlüsse auf das Veranstaltungs- und Gästevolumen bei Veranstaltungen vor Ort ziehen lassen ist aufgrund nicht erfasster Daten nicht möglich. Die von der Stadt beauftragte Studie „Tourismus- und Marketingkonzept für die Stadt Wilhelmshaven“ von Kohl & Partner aus Anfang 2019 schätzt das Volumen an Übernachtungen durch Urlaubsreisende in Wilhelmshaven auf über 150.000 p.a., das Volumen an Geschäftsreisenden auf ca. 110.000 p. a.

#### Aufenthaltsdauer

Die durchschnittliche Übernachtungs-/Aufenthaltsdauer in den Wilhelmshavener Beherbergungsbetrieben liegt seit Jahren bei rund 2,7 Tagen, in den „Coronajahren“ 2020/2021 sogar bei 3,0 Tagen – ein Indiz für Wilhelmshaven als nachgefragter Standort für Privat- und Geschäftsreisende sowie von positiven Effekten aus dem Inlandtourismus.

#### Tourismusintensität

Die Tourismusintensität ist ein Indikator, der die Anzahl touristischen Übernachtungen mit der Wohnbevölkerung einer Destination ins Verhältnis setzt (Berechnungsgrundlage: Tourismusintensität = (Übernachtungszahlen/Einwohnerzahlen). In Wilhelmshaven liegt dieser Indikator bei 4,7 und damit über den Werten der umliegenden Wettbewerber.

#### Saisonalität

In der saisonalen Betrachtung der statistisch erfassten Übernachtungen in den Wilhelmshavener Beherbergungsbetrieben in den letzten 8 Jahren fallen die Nachfrageschwankungen bei einem grundsätzlich leicht ansteigendem Gesamtvolumen saisonal und coronabedingt marktunüblich aus.

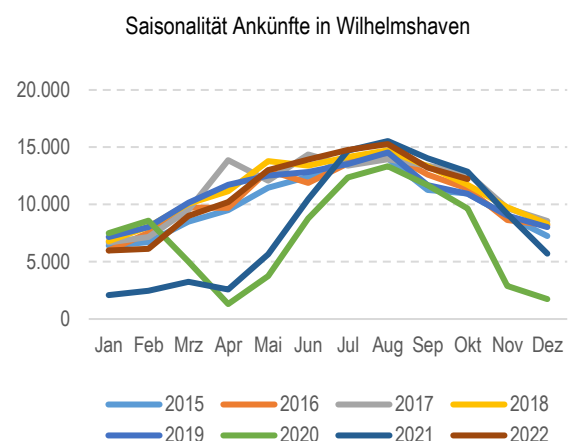
Der saisonale Verlauf der registrierten Ankünfte ist dabei eher typisch für Destinationen, die primär auf Privat- und Urlaubsreisende ausgerichtet sind. Im Jahresverlauf kommt es insbesondere in den Sommermonaten von Juli und August urlaubssaisonbedingt zu einem sehr hohen Ankunfts-volumen. Dahingegen weisen die übrigen Saisons mit Ausnahme der Zeiträume der Osterfeiertage deutlich geringere Nachfragewerte bei den Ankünften auf.

In diesen Monaten sind Städte mit vergleichsweise geringeren Geschäftsreisenden auf Veranstaltungen/ Highlights angewiesen, die auf überregionaler Ebene vermarktet werden.

#### Herkunft

Die Analyse der Herkunft der Ankünfte in Wilhelmshaven zeigt, dass gem. Landesamt für Statistik Niedersachsen in 2020 der größte Quellmarkt der europäische Markt mit einem Anteil von rund 100 % der Gästeankünfte war.

Gäste aus Deutschland stellten dabei rund 96 % dieser europäischen Gäste dar, gefolgt von Gästen aus den Niederlanden, Schweiz, Dänemark und England. Als außereuropäische Quellmärkte sind Amerika und der asiatische Markt (China) die relevantesten Quellmärkte für Wilhelmshaven, wenngleich die Besucherzahlen in 2020 aus diesen Regionen weniger als 150 Gäste ausmachten.



## Entwicklung

Zur Weiterentwicklung des Tourismusstandortes Wilhelmshaven, insbesondere des Tagungs- und Kongress-segments sowie zum Ausbau des Geschäftsreiseturismus werden seit Jahren diversen Aktivitäten durch die WTF Wilhelmshaven Touristik & Freizeit GmbH unternommen. Parallel hierzu entwickelt sich auch das Angebot vor Ort weiter: Sanierungen und Neuentwicklungen von Hotels, Locations und Rahmenangeboten führen sowohl zu einer Attraktivitäts- und Auswahlsteigerung wie auch zu einer Intensivierung des Wettbewerbs und des Preisdrucks.

Infolge der Coronapandemie können sich Destinationen wie Wilhelmshaven einerseits über ein insgesamt gesteigertes und absehbar dauerhaft erhöhtes Interesse durch Gäste aus Deutschland selbst freuen (Stichwort: „Urlaub zuhause/im eigenen Land“), andererseits erhöht dieser Trend deutlich den Wettbewerbsdruck auf deutsche/inländische Urlaubs- und Freizeitdestinationen sowie die entsprechenden Angebote und Infrastrukturen (Hotels, Gastronomie, Freizeitangebote, Einzelhandel, Stadtbild, Stadtmarketing etc.).

- ▶ Wilhelmshaven mit insgesamt positiver Tourismusentwicklung (= Basis des Hotel- und Tagungsgeschäfts) und weiter steigerungsfähigen Attributen als Tourismus- und Veranstaltungsdestination – weiteres, mögliches Potenzial durch statistisch nicht erfasste Tagegäste und Geschäftsreisende.
- ▶ Weitere Entwicklung der Tourismus- und Veranstaltungsdestination Wilhelmshaven hängt u. a. auch von weiteren Impulsen bei der Bereitstellung, Schaffung und Vermarktung entsprechender Angebote, wie z. B. eine neue Stadthalle, neue Veranstaltungen und weiteren sowie zeitgemäßen Hotelangeboten ab.

So könnte eine neue Stadthalle das Volumen an Privat- und Geschäftsreisenden am Standort sowie auch das Übernachtungsvolumen in den Beherbergungsbetrieben durch diverse Shows und Events (insbesondere in den Herbst-, Winter- und Frühjahrsmonaten) deutlich positiv beeinflussen.

Einfach gesagt: Stadthalle + Vermarktung → neue/mehr Veranstaltungen → neue/mehr Veranstaltungsteilnehmer → mehr/neue Hotel-/Gastronomiebedarfe etc. → erweiterte Hotel- und Gastronomieangebot → steigender Tourismus möglich.

Bleibt in dieser Gedankenkette die Entwicklung eines Aspekts außer Acht (z. B. neue Stadthalle/ neue Veranstaltungen oder erweiterte Hotelkapazitäten), so ist folgerichtig anzunehmen, dass die Tourismusdestination Wilhelmshaven sich nicht wesentlich weiterentwickeln wird und/oder auch an der seit Corona zu verzeichnenden, positiven Entwicklung des Inlandstourismus partizipieren kann.

### 1.1.8 Hotelmarkt

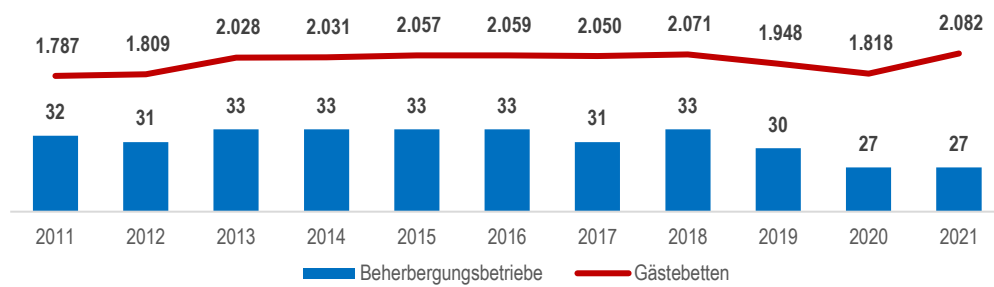
Der Hotelmarkt in Wilhelmshaven zeichnet sich, so unsere Grobeinschätzung, in den letzten Jahren (bis 2021/2022) durch eine rückläufige Entwicklung mit relativ wenig Dynamik aus. Dabei ist die Struktur und Ausrichtung des Angebotes von wenigen, größtenteils inhabergeführten Privathotels mit kleinteiligen bis mittelgroßen Kapazitäten (< 30 Zimmer) geprägt (Stichwort: Investitionsstaus, Nachfolgeproblematiken in der Zukunft).

#### Betten und Betriebe

Die Anzahl der Beherbergungsbetriebe (Hotels, Hotel garni, Gasthöfe mit mehr als 10 Betten und Campingplätze mit mehr als 10 Stellplätzen (Faktor 1 Stellplatz = 4 Schlafgelegenheiten)) und das damit verbundene Bettenangebot in der Stadt hat sich in den letzten Jahren relativ stabil entwickelt.

Mit zuletzt 27 Betrieben und etwa 2.080 Schlafgelegenheiten im Jahr 2021 gegenüber 32 Betrieben mit ca. 1.790 Schlafgelegenheiten in 2011 verzeichnete das Segment „Beherbergungsbetriebe“ im Betrachtungszeitraum 2011 bis 2021 insgesamt einen Angebotsrückgang bei Hotelbetrieben (- 15,6 %) bei gleichzeitigem Zuwachs des Bettenangebots (+ 16,5 %).

Entwicklung Anzahl Hotels, Hotel garni, Gasthöfe und deren Bettenkapazitäten in Wilhelmshaven



Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen

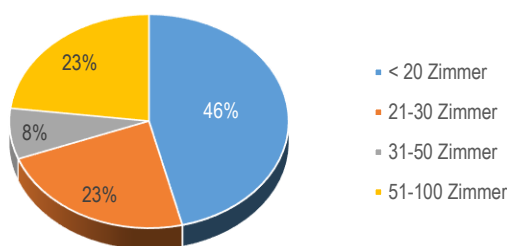
Diese Angebotsentwicklung ist relevant für den Tourismus, das Veranstaltungs- und Tagungswesen sowie auch das Image und die Vermarktung der Stadt bzw. der Destination Wilhelmshaven. Es sind aber trotz der positiven Entwicklung des Hotel- und Bettenangebots auch zukünftig weitere Maßnahmen zur Erweiterung/Entwicklung der Hotel- und Zimmerkapazitäten ratsam, insbesondere im Hinblick auf Wilhelmshaven als Privat- und Geschäftsreisestadt sowie aber auch im Zusammenhang mit der städtebaulichen Entwicklung des Quartiers „Wiesbadenbrücke-Haveninsel“ und die neue Stadthalle.

Das 2020 eröffnete B&B-Hotel (92 Zimmer/2-3 Sterne) ist dabei ebenso ein auch für eine neue Stadthalle wichtiger Schritt in diese Richtung, wie auch das aktuell in der Entwicklung befindliche Projekt „Das Friesland“, bei dem bis 2025 wird auf der Schleuseninsel aus zwei über 100 Jahre alten, denkmalgeschützten Marine-Lagerhäusern ein modernes Apartment-Hotel mit 78 Apartments im 4-Sterne-Standard mit 50 bis 125 m<sup>2</sup> für 2-8 Personen in einem mit Time-Sharing vergleichbaren Modell entwickelt wird. Nach Aussagen der Stadt werden zudem weitere Hotelentwicklungen in Wilhelmshaven derzeit (2023) geprüft (z. B. Parkstraße, Bismarckplatz).

Kapazitäten/Betriebsgrößen

Die Durchschnittskapazität der in den Statistiken der Stadt Wilhelmshaven beinhalteten 15 Hotels und 11 Hotels garni (Hotels/Hotel garni mit min. 10 Zimmern lag in 2022/2023 bei rund 80 Betten pro Haus (Einzel- und Doppelzimmer) bei den Hotels und bei rund 41 Betten pro Haus bei Hotel garni-Betrieben. Der Großteil dieser Beherbergungseinrichtungen (ca. 69 %) sind dabei Häuser mit weniger als 30 Zimmern.

Größe der Hotels Stadt Wilhelmshaven 2018



Mittelgroße und große Hotels mit mehr als 50 Zimmern – eine relevante Mindestgröße für auswärtige Tagungs- und Kongressveranstalter sowie auch größere Live-Entertainment-Produktionen – machen lediglich einen Anteil von rund 31 % in der Wilhelmshavener Hotellandschaft aus. Das Atlantic Hotel (4S\*) ist mit 145 Zimmern derzeit das größte Hotel am Platz, gefolgt vom B&B Hotel (2-3\*/92 Zimmer), dem City Hotel Valois (4\*/70 Zimmer) und dem Hotel Wilhelms Haven (3\*/61 Zimmer).

Diese und weitere Hotelbetriebe verfügen i. d. R. neben den Zimmerkapazitäten auch über eigene Konferenz- bzw. Tagungs- und Bankettbereiche, die für Veranstaltungen genutzt werden können (siehe auch Ausführungen hierzu im nachfolgenden Punkt). Diese Räumlichkeiten (und auch andere für Veranstaltungen nutzbare Räumlichkeiten anderer, privatwirtschaftlicher Häuser der Gastronomie, Vereinsheime, etc.) stehen dann in einem beihilferechtlich relevanten Wettbewerbsverhältnis zu einer neuen Stadthalle und dort ggfs. vorgesehenen Seminar-, Tagungs- oder Banketträume. → *Dieser Umstand ist bei künftigen Nutzungs- und Wirtschaftlichkeitsabschätzungen sowie der Konzeptionierung des Raumprogramms der neuen Stadthalle zu berücksichtigen.*



Ausgewählte Hotelbetriebe in der Stadt Wilhelmshaven (> 20 Zimmer, Stand Ende 2022/Anfang 2023)

Hotel	Kategorie	Zimmer	Betten	Sterne
Atlantic Hotel	Hotel	145	290	4S
B&B Hotel	Hotel	92	ca. 180	2-3
City Hotel Valois	Hotel	70	141	4
Hotel Wilhelms Haven	Hotel	61	97	3
Banter Hof	Hotel	59	120	3
Tide Hotel	Hotel	58	68	4
Nordseehotel	Hotel	50	86	3
Hotel Home	Hotel	47	98	3
Akzent Strandhotels Seestern, Delphin & Lachs	Hotel	36	58	3
Beans Parc Hotel Jade	Hotel	30	45	3
Tauwerk Hotel	Hotel	27	52	3
Hotel Rüsterei Hof	Garni	23	45	3

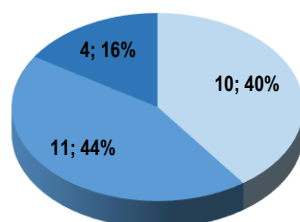
Im Hinblick auf die kleineren Hotels und Hotel Garni-Betriebe erscheint es als realistisch anzunehmen, dass es zukünftig zu weiteren Bereinigungs- und ggfs. aber auch Neuentwicklungen kommen wird. Kleinere Häuser sind oftmals inhabergeführte Betriebe, die z. T. einen nicht unerheblichen Sanierungsstau haben oder vor der Problematik der Nachfolgeregelungen stehen – hier sind Betriebsschließungen nicht auszuschließen. Gleiches gilt für die Folgen der Energiepreisentwicklung, der Personal- und Fachkräftesituation sowie der Inflationsproblematik, die ebenfalls den Druck auf insbesondere kleinere und ältere Häuser deutlich erhöhen.

Auch ist eine Entwicklung zu „größeren“ Hotel/Beherbergungsbetrieben auf dem Hotelmarkt in Wilhelmshaven festzustellen: von Ø 51 Betten/Betrieb in 2009 zu Ø 64 Betten/Betrieb in 2022/2023. Für Geschäftsreisende sowie das Tagungs-/Kongressgeschäft ist aber Anzahl/Umfang des Zimmerangebotes relevant, da in diesem Segment Zimmer und keine Betten vermietet werden. Da pro Hotelzimmer oftmals mehr als ein Bett (Doppelbett) zur Verfügung steht, dass auch bei Einzelbelegung der Zimmer nur einfach gezählt wird, stehen dann 50% der Bettenkapazität leer – mit direkter Auswirkung auf Auslastungskennziffern der Betten.

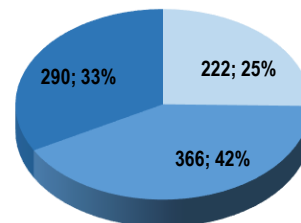
Hotelklassifizierungen/Segmente

Weit über die Hälfte (61 %) der in Wilhelmshaven aktuell ansässigen und im offiziellen Gastgeberverzeichnis der Stadt geführten Hotelbetriebe (Hotels, Hotel garni) sind im gehobenen 3-Sterne- und oberen 4-Sterne-Qualitätssegment angesiedelt, das mittlere Segment der 2-Sterne-Häuser ist mit 34 % das Segment mit der stärksten Ausprägung.

Klassifizierung Hotelbetriebe in Wilhelmshaven nach Sterne-Kategorien 2022 (n=25)



Klassifizierung Zimmerkapazitäten in Wilhelmshaven nach Sterne-Kategorien 2022 (n=25)



■ 2 Sterne / Standard ■ 3 Sterne / Komfort ■ 4 Sterne / First Class

■ 2 Sterne / Standard ■ 3 Sterne / Komfort ■ 4 Sterne / First Class

Quelle: Gastgeberverzeichnis Stadt Wilhelmshaven, Recherche BEVENUE

Dabei sind mit dem Atlantic Hotel und dem B&B-Hotel nur zwei Hotels einer bekannten Marke/Kette in Wilhelmshaven vorhanden. Das Gros der Wilhelmshavener Hotels sind demzufolge ausschließlich als keine Markenhotels („no-name“-Häuser) zu klassifizieren. Bekannte Marken sind allerdings wichtig für das Image und die Vermarktung der Destination Wilhelmshaven und einer neuen Stadthalle für Veranstaltungen mit Teilnehmern aus dem überregionalen Umkreis – insbesondere für das wirtschaftlich attraktive Segment der

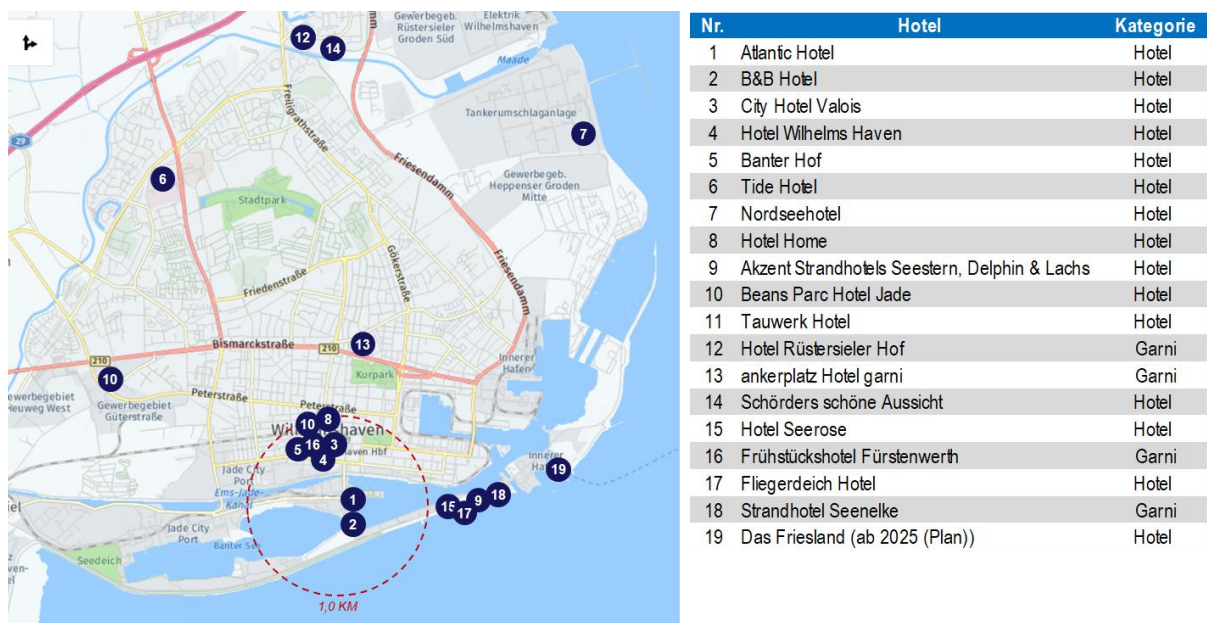
Geschäftsreisenden sowie (mehrtägigen) Meetings, Seminare und Tagungen (Teilzielsegment eines neuen Veranstaltungszentrums).

### Standorte

Das Gros der Hotelbetriebe befindet sich in der Innenstadt bzw. in Bahnhofsnähe (Umkreis 500 Meter), mehrere kleinere Häuser am „Südstrand“, die beiden größten Häuser Hotel Atlantik und das B&B-Hotel an der Jadeallee zwischen Banter See und Großem Hafen.

Die adäquate Unterbringung von Veranstaltungsteilnehmern (Gäste, Veranstalter, Redner etc.) in Hotel- bzw. Beherbergungsbetrieben ist neben den Veranstaltungskapazitäten selbst eine der wesentlichsten Grundvoraussetzung für die Vermarktung von Veranstaltungszentren für Firmenevents, Tagungen, Konferenzen und andere, mehrtägige Veranstaltungsformate bei Veranstaltern und Veranstaltungsteilnehmern aus dem regionalen/überregionalen Umfeld (siehe hierzu auch Punkt 1.2.3) sowie mitunter auch relevantes Entscheidungskriterium für Besucher von Kultur- und Gesellschaftsveranstaltungen. Dabei muss das Hotelangebot marktüblichen Anforderungen und Standards entsprechen.

Verortung Hotelbetriebe im Stadtgebiet Wilhelmshaven (Schema)



- ▶ Hotelangebot im Innenstadtbereich, am Südstrand und auch vor allem am Standort Banter See insgesamt quantitativ und qualitativ umfangreich und differenziert - für Vermarktung als Tourismus- und Veranstaltungsdestination auf überregionaler Ebene grundsätzlich ausreichend - Qualität und Verfügbarkeit relevant.
- ▶ In Wilhelmshaven wie auch in anderen Destinationen ist Situation kleinerer und familiengeführter Häuser schwierig und ggfs. kritisch = mögliche Schließungen = Angebotsverkleinerung.
- ▶ Dagegen kann die Tourismus- und damit die Hoteldestination Wilhelmshaven vom Trend des verstärkten Inlandtourismus profitieren = neue Nachfrageimpulse = Grundlage Hotelentwicklungen und auch der Entwicklung des Freizeitangebots (u. a. Stadthalle).
- ▶ Bereits angestoßene Entwicklungen (z. B. Hotel Friesland) und derzeit in Überlegungen befindliche Hotelentwicklungen (z. B. Parkstraße, Bismarckplatz) nutzen sowohl dem Freizeittourismus Wilhelms havens wie auch dem Geschäftsreise- und Veranstaltungstourismus – somit auch einer Stadthallenentwicklung im Sinne einer sich gegenseitig „befruchtenden“ Angebotserweiterung und Attraktivitätssteigerung der Destination Wilhelmshaven.

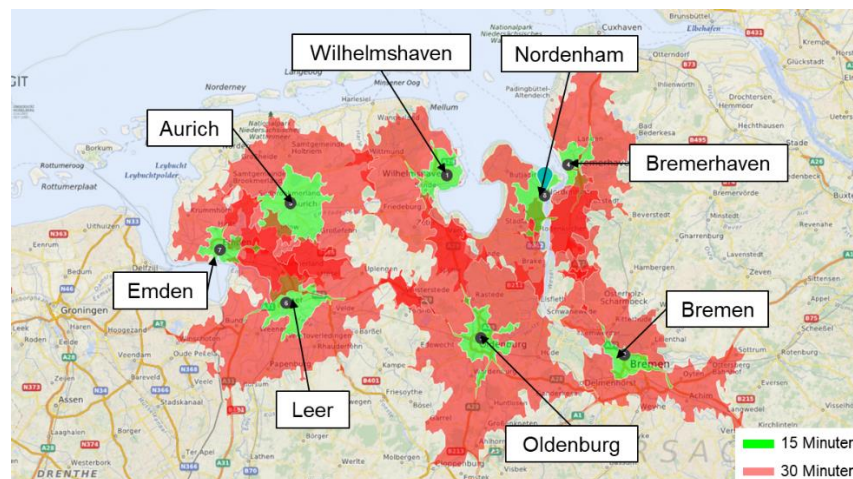
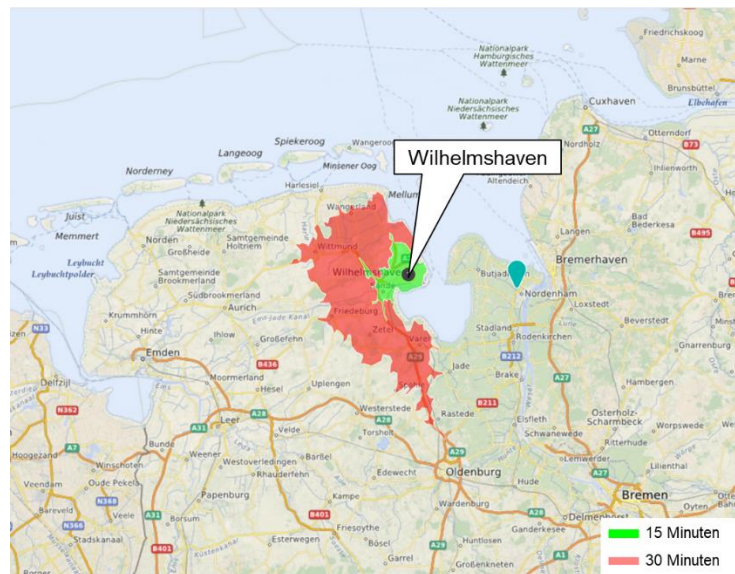
## 1.2 Der Veranstaltungsmarkt Wilhelmshaven

Der Standort Wilhelmshaven und das hier vorhandene Angebot an Veranstaltungsstätten stehen grundsätzlich im direkten Wettbewerb zu veranstaltungsrelevanten Angeboten anderer Städte. Dabei wird bei Stadthallen wie z. B. auch in Wilhelmshaven üblicherweise das relevante Wettbewerbsumfeld in einem Umkreis von bis zu rund 20-30 km (ca. 30 Minuten Fahrzeit) definiert.

Aber auch das Umfeld bis zu einer Stunde ist aus Wettbewerbsgründen bei einzelnen Veranstaltungen z. B. bekannter Produktionen/Künstler oder überregional bekannten Events von Bedeutung.

Während in dieser 30-Minuten-Isochrone rund um Wilhelmshaven keine weiteren, größeren Städte mit mehr als 20.000

Einwohner liegen, sind im Radius von 45-60 Minuten Fahrzeit eine Reihe von Städten wie z. B. Bremen (ca. 563.300 Einwohner (EW, Stadt (2021))/ca. 1 Stunde Fahrzeit), Oldenburg (ca. 174.000 Ew (2022)/ca. 45 Minuten), Bremerhaven (ca. 113.200 Ew (2021)/ca. 1 Stunde), Aurich (ca. 42.810 Ew (2022)/ca. 50 Minuten) und Leer (ca. 35.000 Ew (2022)/1 Stunde) mit zum Teil modernen und modernisierten Veranstaltungs-, Kultur- und Sportstätten unterschiedlichster Größen und Ausrichtungen für Veranstaltungen vorhanden. Hinzu kommen veranstaltungsrelevante Kapazitäten (Stadthallen, Kulturzentren, Konzert-/Kurahäuser, Theater, Schulaulen etc.) in den kleineren Städten im Umland Wilhelmshavens sowie auch die für Kultur-, Gesellschafts- und wirtschaftsnahe Veranstaltungen nutzbaren Kapazitäten und Angebote in Sportstadien und -hallen sowie in Event-Locations (z. B. Bauernhöfe, ehemalige Industriegebäude etc.).



Wie sich dabei das potenzielle „Marktgebiet“, der Veranstaltungsmarkt Wilhelmshavens und die hier vorhandenen Angebote gegenüber ausgewählten Wettbewerbern im Groben darstellen, ist Gegenstand nachfolgender Ausführungen.

### 1.2.1 Exkurs: Grobeinschätzung potenzielles „Marktgebiet“

Legt man zur groben Abschätzung eines möglichen, „potenziellen Marktgebietes“ für Veranstaltungen in einer neuen Stadthalle Wilhelmshaven in einer Modellbetrachtung die Einwohnerzahlen entsprechender Städte und Gemeinden in einem Radius von rund 30-Minuten-Fahrzeit zugrunde, ergibt sich gem. Berechnungen des

Internetportals „openrouteservice.org“ ein Bevölkerungsvolumen von rund 182 Tsd. Personen (in einem 45-Minuten-Radius sogar knapp 704 Tsd. Personen) aus dem sich zusätzlich zu touristischen Tages- und Übernachtungsgästen ein potenzielles Besuchervolumen für eine neue Stadthalle generieren könnte.

Berücksichtigt man die übliche, veranstaltungsrelevante Zielgruppe von Personen zwischen 18 und 65 Jahren mit einem angenommenen Anteil von 60 % bis 65 % an diesem o. g. Bevölkerungsvolumen, so ergibt sich aus diesen im Umkreis Wilhelmshavens lebenden Einwohnern alleine ein maximal theoretisches (!) Besucherpotenzial von rund 110.000 bis knapp über 118.300 möglichen Besuchern von Veranstaltungen in einer neuen Stadthalle aus dem 30-Minuten-Umkreis. Hinzu käme theoretisch anteilig auch Personen aus den rund 13.260 Einpendlern pro Tag (siehe Ausführungen Punkt 1.1.4) – eine weitere, attraktive und zu mobilisierende Zielgruppe für Veranstaltungen in einer neuen Stadthalle (Tagespendler = potenzielle Besucher von Veranstaltungen).

Um diese Zielgruppe sowie auch touristische Tages- und Übernachtungsgäste in den Wilhelmshavener Beherbergungsbetrieben auf Veranstaltungen aufmerksam zu machen, ist eine entsprechende Bewerbung in den Medien und auch im öffentlichen Raum notwendig (an Ein-/Ausfallstraßen, an den Bahnhöfen, an zentralen Verkehrsknoten etc.).

- ▶ Das errechnete, „potenzielle Marktvolumen“ von rund 110.000 möglichen, bevölkerungsbasierten Veranstaltungsbesuchern (zzgl. touristische Tages- und Übernachtungsgäste) am Standort Wilhelmshaven stellt eine rein rechnerische und theoretische Größe dar! Dieses Volumen ist nicht belegt und/oder belastbar zu werten!
- ▶ Ob und in welchem Umfang dieses Potenzial für Veranstaltungen in einer neuen Stadthalle aktivierbar ist, hängt von verschiedenen Faktoren ab: so werden Einwohner und Gäste aus dem Stadt- und Kreisgebiet öfters und regelmäßiger Veranstaltungen in einer neuen Stadthalle besuchen, wie Einwohner/Gäste aus den übrigen, regionalen Stadt- und Kreisgebieten. Dabei gilt: je weiter die Fahrdistanz zu einer neuen Stadthalle, desto geringer ist die Aktivierungsquote. Dies auch, da dann vermehrt und intensiver die Angebote sonstiger, näherliegender Veranstaltungshäuser sowie die Angebote in den Großstädten Bremen und Oldenburg für diese Besuchergruppen von Interesse ist.
- ▶ Auch hängt die mögliche Aktivierungsquote potenzieller Veranstaltungsbesucher von der Art und Qualität der Veranstaltungen in der neuen Location ab (Stichwort: Veranstaltungsprofil, Akquisitionsgeschick/Netzwerk Betreiber Location), wie auch von der Vermarktung der Veranstaltungen (Stichwort: Marketingplan, Marketingbudgets, Ressourcen).
- ▶ Nicht zuletzt entscheiden kulturelle Präferenzen der Einwohner und das dafür geplante kulturelle Haushaltseinkommen (individuelles Kulturbudget), ob und in welcher Häufigkeit pro Jahr entsprechende Veranstaltungen innerhalb des Locationportfolios der Stadt und der Region besucht werden.

## 1.2.2 Veranstaltungen

In Wilhelmshaven finden über das Jahr verteilt eine Vielzahl an Veranstaltungen unterschiedlichster Größen und Formaten statt. Das Angebot an Veranstaltungen umfasst dabei ein breites, branchenübliches Spektrum. Klassische Theater- und Konzertveranstaltungen über Kleinkunst, Cabaret und Comedy bis hin zu wirtschaftsnahen Tagungen, Konferenzen und Firmenevents, Sportveranstaltungen, Lesungen, Vorträgen, Vereins- und Brauchtumsveranstaltungen, Bällen, Privatfesten etc. finden in unterschiedlichen Locations in öffentlicher sowie geschlossener Form statt.

Dabei hat die Veranstaltungsdestination Wilhelmshaven ein eigenes Profil. So sind Veranstaltungen, wie beispielsweise das Hafen- und Stadtfest „Wochenende an der Jade“, der Wilhelmshaven Sailing-CUP oder das Internationale StreetArt Festival ebenso ein fester Bestandteil im Veranstaltungsportfolio der Stadt, wie der Gorch-Fock-Marathon, der NordseeMan & NordseeWoman-Triathlon, die Sinfoniekonzerte, das Pumpwerk OpenAir und das A-cappella-Festival.



Aufgrund der Nähe zu den Städten Bremen, Oldenburg, Aurich, Leer etc. und deren Veranstaltungsangebote, steht Wilhelmshaven als Veranstaltungsstandort im regionalen und überregionalen Wettbewerb um Veranstaltungen – weniger jedoch um Veranstaltungen mit lokalem Bezug von Wilhelmshavener Vereinen, Organisationen, Einrichtungen etc. Insbesondere die Angebote in Oldenburg und Bremen sind dabei sowohl auf der Angebots- als auch auf der Nachfrageseite ein wesentlicher, beeinflussender Faktor für das Veranstaltungswesen Wilhelmshavens und das Veranstaltungsprofil einer neuen Stadthalle.

Dabei gilt, wie oben schon erwähnt, dass sich Besucher von Kultur-, Gesellschafts-, Vereins- und Brauchtumsveranstaltungen üblicherweise bei lokalen und regional bekannten Events, Künstlern und Produktionen aus einem Umkreis von maximal 30 km (max. 30 Min. Fahrzeit) zusammensetzen. Dem gegenüber stehen überregional, national und international bekannte Künstler, Live-Entertainment-Veranstaltungen, Events aus dem Bereich Sport und Business (Corporate Events) sowie Tagungs- und Kongressveranstaltungen ortsunabhängiger Organisationen und Einrichtungen (z. B. Ärzte-/ Rechtsanwaltskammern, Steuerberaterverbände etc.) und Veranstaltungen mit einer „Fan-Base“ (Sportvereine). Diese werden auch aus einem erweiterten überregionalen bzw. nationalen und z. T. auch internationalen Umkreis angefahren.

Dies scheint auch bei Veranstaltungen in der ehemaligen Stadthalle sowie z. T. bei Events im Pumpwerk und den Open-Air-Veranstaltungen bis dato der Fall gewesen zu sein. Aufgrund des Veranstaltungsportfolios mit diversen national bekannten Künstlern wurden Veranstaltungen in der Stadthalle sogar auch von Besuchern aus einem größeren Umkreis und trotz der Wettbewerbssituation mit Angeboten in Bremen, Aurich, Leer, Emden und Oldenburg wahrgenommen. Dies wird auch bei der Konzeption einer neuen Halle zu beachten und in der Erarbeitung des Nutzungs- und Raumkonzeptes als weiterhin gültig vorausgesetzt.

Veranstaltungen aus dem wirtschaftsnahen Umfeld wie z. B. Tagungen, Konferenzen, Messen, Produktpräsentationen sind am Standort Wilhelmshaven derzeit deutlich weniger stark ausgeprägt, aber dennoch z. B. durch Veranstaltungen im Atlantik Hotel und im Gorch-Fock-Haus, Veranstaltungen der Fachhochschule und der Bundeswehr vorhanden. Gründe hierfür sind einerseits in der nicht verfügbaren, da anderweitig belegten oder nur sehr begrenzt vorhandenen Angebotsinfrastruktur für Veranstaltungen aus diesem Segment zu suchen (= Kapazitäten in unterschiedlichen Größenordnungen, Hotelkapazitäten). Andererseits aber auch im Aspekt der Erreichbarkeit Wilhelmshavens im Vergleich/Wettbewerb zu Standorten wie z. B. Oldenburg und Bremen und deren Angeboten (= Tagungs-/Kongresskapazitäten in unterschiedlichen Größenordnungen, Hotelkapazitäten, Netzwerke Locationbetreiber, Vermarktung).

Wilhelmshaven war aber in der Vergangenheit bereits Standort von kleineren Tagungs- und Kongressveranstaltungen, wie z. B.

- Arbeitstagung der Marineoffiziere im Sanitätsdienst der Bundeswehr 2018 (2 Tage) im Gorch-Fock-Haus,
- Wattenmeer-Symposium Anästhesie und Intensivmedizin 2019 im Atlantik Hotel (2 Tage),
- 14. Trilaterale Regierungskonferenz zum Schutz des Wattenmeeres 2022 im Atlantik Hotel (4 Tage),
- 29. Elektrokrampftherapie (EKT)-Workshop der Klinik für Psychiatrie, Psychotherapie und Psychosomatik Wilhelmshaven im Frühjahr 2022 (2 Tage),
- 98. Umweltministerkonferenz 2022 im Atlantik Hotel (2 Tage),
- diverse Fachveranstaltungen und Vorträge an der Hochschule.

Voraussetzung dafür, dass Wilhelmshaven zukünftig mehr derartige Veranstaltungen verzeichnen kann, wäre neben der entsprechenden Vermarktung des Standortes (Stichwort. Marke, Image, Bekanntheit) die Bereitstellung und Verfügbarkeit entsprechender Veranstaltungs- und Meetingkapazitäten auf marktgerechtem Niveau sowie auch ein ausreichendes Angebot an Hotelzimmerkapazitäten in marktüblichen Kategorien. Der Faktor „Erreichbarkeit“ bleibt dabei aber die größte und nicht anderweitig zu behebende Schwäche des Standortes Wilhelmshaven insgesamt, insbesondere für Veranstalter und Veranstaltungsteilnehmer aus dem



regionalen und überregionalen Umfeld (= Zeit-/Kostenaufwand) (siehe hierzu auch den Exkurs im nachfolgenden Punkt).

Eine konkrete Ermittlung des wahrscheinlich vorhandenen, aber bisher nicht bedienten Nachfragepotenzials im Segment Meetings, Tagungen und Kongresse am Standort Wilhelmshaven ist nach unserem Kenntnisstand bisher nicht erfolgt. Sie war auch nicht Gegenstand dieser Studie. Daher werden hierzu im Rahmen dieser Studie für das Nutzungskonzept (siehe Punkt 3) eigene Annahmen vorgenommen, u. a. auf Basis von Daten der ehemaligen Stadthalle, Erfahrungswerten in anderen, vergleichbaren Häusern und auf Grundlage von Aussagen diverser Akteure am Standort Wilhelmshaven, mit denen im Rahmen dieser Studie Gespräche geführt wurden.

- ▶ Eigenständiges Veranstaltungsprofil Wilhelmshavens mit Schwerpunkten auf Kultur- und Gesellschaftsveranstaltungen mit lokalem, regionalem Bezug.
- ▶ Es sind aber auch Veranstaltungen mit überregionaler Strahlkraft, insbesondere im öffentlichkeitswirksamen Live-Entertainment-Bereich (z. B. Comedians, Künstler/Gruppen Rock/Pop) am Standort hauptsächlich durch Initiative/Engagement und das Netzwerk des Betreibers der ehemaligen Stadthalle/des Pumpwerks vorhanden.
- ▶ Herausfordernde und „nachteilige“ Nähe zu Oldenburg und Bremen, da dort das Kultur-/Veranstaltungsangebot breiter und größer ausgestaltet ist.
- ▶ Potenzial zur Profilschärfung und Differenzierung des Veranstaltungsortes Wilhelmshaven insgesamt und einer neuen Stadthalle durch Portfolio aus Kultur/Live-Entertainment und Gesellschaft mit hauptsächlich Teilnehmern aus dem lokalen und regionalen Umkreis der Stadt sowie auch durch Ferien-/Urlaubsgäste.
- ▶ Die Gewinnung von Künstlern/Produktionen mit regionaler Strahlkraft für eine neue Halle hängt wesentlich und unmittelbar vom Netzwerk/Kontakt des Betreibers sowie auch von wirtschaftlichen Faktoren auf der Makro- und Mikroebene ab (Stichwort: Preismodell, Rezession, Geschäftsentwicklungen, etc.= Einkommens-/Konsumlaune Endverbraucher). Die Raum-/Angebotsdimensionierung und Qualität einer neuen Stadthalle ist dabei sekundär.
- ▶ Meeting-, Tagungs- und/oder Kongressveranstaltungen werden auch zukünftig am Standort Wilhelmshaven nur ein „Randgeschäft“ darstellen - dies liegt primär in den Faktoren Erreichbarkeit und Raumkapazitäten begründet (siehe hierzu auch nachfolgenden „Exkurs“ sowie Beschreibung der markt-/branchenüblichen Anforderungen in Kapitel 3.4).

Potenziale in diesem Segment bestehen – wenn überhaupt – bei kleineren und mittleren, eintägigen Tagungsveranstaltungen. So können Veranstaltungen lokaler Akteure, wie z. B. der Hochschule, der Bundeswehr, der Unfallversicherung Bund und Bahn und/oder lokal ansässige Firmen auch für eine neue Stadthalle relevant sein. Aber: eine Realisierung dieser Potenziale ist kein „Selbstläufer“ und mit z. T. erheblichen Aufwänden (finanziell, personell, zeitlich) und großen Abhängigkeiten der wirtschaftlichen Entwicklung sowohl der Veranstalter als auch der Gesamtwirtschaft verbunden.

### 1.2.3 Exkurs: Allgemeine Kriterien der Standort- und Locationwahl für MICE-Veranstaltungen

Eine Veranstaltungsstätte verkauft sich im Hinblick auf die wirtschaftlich lukrativen Meeting-, Tagungs- und/oder Kongressveranstaltungen neben ihrer grundsätzlichen Eignung für diese Formate primär über den Standort und dessen Merkmale. Dies ergibt sich aus Befragungsergebnissen, Studien und Erfahrungsberichten von PCOs, Agenturen und Veranstaltern derartiger Veranstaltungsarten.

Eine zentrale Rolle bei der Auswahl von Destinationen und Locations für Tagungs-/Kongressformate (MICE-Formate) durch Veranstalter und Veranstaltungsteilnehmer spielen dabei neben Fragen des Preises/der Kosten für die Nutzung der jeweiligen Veranstaltungskapazitäten sowie dem passenden Raum-/Ausstattungsangebot (siehe hierzu auch Punkt 3.5.3) destinationsbezogenen Standortfaktoren, wie die Erreichbarkeit des

Standortes/der Location, die Hotelsituation und die veranstaltungsrelevanten Rahmenangebote. Dabei gilt übergeordnet: „Zeit ist Geld“.

Hierzu zählen aus Sicht der Veranstaltungsteilnehmer (= Kunden der Veranstalter) bspw. die schnelle und unkomplizierte An-/Abfahrt von der Destination und der Location vor/nach der Veranstaltung, die komprimierte Programmgestaltung der Veranstaltung und Möglichkeiten, neben der Veranstaltung selbst auch zeitweise Emails, Telefonate und Gespräche durchführen zu können (Stichwort: „Co-Working“). Für Veranstalter stehen neben diesen teilnehmerbezogenen Anforderungen sowie Preis-/Kostenaspekten und der zeiteffizienten Durchführung von Veranstaltungen auch Aspekte wie die Wirtschafts- und Unternehmensstruktur des Standortes (als Grundlage für inhaltliche/thematische Beiträge sowie zur Anwerbung von Teilnehmern) und die Professionalität der Veranstaltungstätte bzw. des Betreiberteams selbst im Fokus.

In den letzten Jahren gewinnen zudem auch „weichere“ Faktoren bei der Standort- und Locationauswahl durch Veranstaltungsteilnehmer und auch Veranstalter selbst zunehmend an Bedeutung – Faktoren, wie die Attraktivität (Stadtbild, Atmosphäre, Umfeld), das Image einer Stadt/eines Standortes sowie das kulturelle und gastronomische Angebot (Stichwort: „Workation“, Mehrwert, Work-Life-Balance).

- ▶ Potenziale für Wilhelmshaven im MICE-Segment sind grundsätzlich vorhanden, aber primär auf lokaler/regionaler Ebene.
- ▶ Aufgrund der geographischen Lage und der vorhandenen Verkehrsinfrastruktur ist der Aspekt „Erreichbarkeit“ in Bezug auf den Standort Wilhelmshaven aus veranstaltungsrelevanten Gründen kritisch zu bewerten – ein wesentliches, da zeit- und kostenintensives Entscheidungskriterium bei Veranstaltern im MICE-Segment und für Veranstaltungsteilnehmer.

Erst infolge der Coronasituation und dem daraus resultierenden, verstärkten Durchdringen und der Akzeptanz von „Remote“-Arbeiten bei nicht ortsgebundenen Tätigkeiten erhöht sich für Destinationen wie Wilhelmshaven das Potenzial auch für MICE-Formate und Workation-Formate – der Bedarf nach Meeting-/Veranstaltungskapazitäten in Destinationen mit erhöhtem Freizeitwert ist gestiegen, was eine Chance für Wilhelmshaven, die lokale Hotellerie sowie Co-Working und Meetinglocations bedeutet. Voraussetzung: ein ansprechendes, zeitgemäßes Angebot und dessen Vermarktung (siehe hierzu Beispiele unter [www.workation.de](http://www.workation.de)).

#### 1.2.4 Veranstaltungsstätten (Angebotsanalyse)

In Wilhelmshaven stehen für Veranstaltungen verschiedenste Locations in unterschiedlichsten Größen, Qualitäten und Ausstattungen sowie für unterschiedliche Veranstaltungsschwerpunkte und Nutzungsarten/-formate zur Verfügung. Diese reichen von Theater-, Kultur- und Musiklocations über Sport- und Mehrzwecklocations, Angeboten in Hotels und privaten sowie öffentlichen Bildungseinrichtungen bis hin zu Special Event Locations, Clubs, Restaurants, Bars etc.

Dabei haben die verschiedenen Veranstaltungsstätten jeweils unterschiedliche inhaltliche Schwerpunkte und Ausrichtungen:

- das Pumpwerk, das Stadttheater und das Gorch-Fock-Haus als Häuser mit den größten veranstaltungsrelevantesten Angeboten, insbesondere für Veranstaltungen aus den Segmenten Kultur, Live-Entertainment und Gesellschaftsevents,
- Locations, wie z. B. das Aquarium, die Kunsthalle, das Marinemuseum, das UNESCO-Weltnaturerbe Wattenmeer Besucherzentrum, das JadeWeser Port-InfoCenter oder die Ruscherei mit speziellen inhaltlichen Ausrichtungen (z. B. Vorträge, Kleinkunst, Ausstellungen) und besonderen Schwerpunkten im Raum- und Ausstattungsangebot sowie mit Besonderheiten in Bezug auf Lage und Umfeld,
- die Nordfrost-Arena mit einer Kapazität für bis zur rund 2.430 Personen als Heimspielstätte des Handballvereins Wilhelmshavener HV sowie für Schul-, Vereins- und Breitensport,

- veranstaltungsrelevante Raumangebote der Hotels und Gastronomiebetriebe mit primärer Ausrichtung auf kleinere/mittlere Bankett-, Meeting- und Tagungsveranstaltungen (< 100 Teilnehmer) – Ausnahme: das Atlantik Hotel mit großem und differenziertem Raumangebot.

Auf dem Areal am Banter See fanden in der Vergangenheit zudem alle zwei Jahre in den Sommermonaten das mittlerweile überregional bekannte Pumpwerk-OpenAir-Festival statt. 2015 und 2016 fanden auf dem Areal auch jeweils ein großes NDR 2-Open Air und zwei Heißluftballonfestivals statt – derartige Events könnten in Abhängigkeit der baulichen Ausgestaltung der Außenanlagen und Erschließungssituationen des TWWP sowie der Betriebs-/Veranstaltungssituation des Pumpwerks, des TWWP, der benachbarten Hotels und/oder einer möglichen Stadthalle an diesem Standort dann ggfs. auch zukünftig temporär auf den diversen Freiflächen in diesem Quartier stattfinden (Stichwort: Emissionen, Naturschutz, Verkehr, etc.). Ob, in welchem Umfang und/oder an welchem konkreten Standort/auf welcher Fläche ist derzeit noch offen, da nach Aussage der Stadt die Freifläche am Banter See selbst nach dem Bau des TWWP künftig nicht mehr für Großveranstaltungen zur Verfügung stehen wird.

- ▶ Differenziertes Angebot an Veranstaltungslösungen für unterschiedliche Formate und Anlässe im Stadtgebiet (= anteilige Bedienung Nachfrage) - prinzipiell sind im Status quo alle Arten von Veranstaltungszentren in Wilhelmshaven vorhanden.
- ▶ Die ehemalige Stadthalle war und das Pumpwerk ist derzeit der „Platzhirsch“ für große Events, vornehmlich Shows, Konzerte (lokal-regionaler Bands), Partys, Feiern, und gesellschaftliche Veranstaltungen. Eine übergeordnete Konkurrenzsituation wird in diesen Segmenten bestehen bleiben.
- ▶ Schwächen beim Angebot (≠ Nachfrage) von Kapazitäten für mittelgroße und große Veranstaltungen (> 500 Sitzplätze (Reihenbestuhlung)) und mehrzügige Veranstaltungen mit parallelem Bedarf an kleineren Räumen (Break-Outs), Ausstellungsflächen und Ambiente, insbesondere im Kultur- und Tagungssegment.
- ▶ Angebotsseitiges Potenzial zur Entwicklung des Veranstaltungswesens in Wilhelmshaven durch den Bau einer zentral gelegenen Stadthalle für Kultur- und gesellschaftliche Veranstaltungen mit lokaler bis regionaler Ausstrahlung sowie als Nischensegment MICE-Veranstaltungen.

#### 1.2.4.1 Stadthalle (geschlossen 2021)

Die ehemalige Stadthalle Wilhelmshaven, Teilbereich der städtischen Handels- und Gewerbeimmobilie „Jade-Zentrum“, wurde 1979 ursprünglich in Betrieb genommen. Als Bestandteil dieses innerstädtischen, 1997 letztmalig teilsanierten Gebäudekomplexes war die Stadthalle über viele Jahre hinweg DIE zentrale Veranstaltungsstätte der Stadt. Aufgrund massiver Mängel in der Lüftungs- und Entrauchungsanlage wurde im Sommer 2021 die weitere Nutzung des Jadezentrums sowie der integrierten Stadthalle untersagt.

Im Herbst 2022 hat die Stadt die Durchführung eines Interessenbekundungsverfahrens für das Areal des „Jade-Zentrums“ beschlossen, das u. a. auf die „Realisierung einer Stadthalle und/oder einer weiteren städtebaulichen Entwicklungsmöglichkeit abzielt.“<sup>4</sup> Bestenfalls soll dabei im Zusammenhang mit der Stadthalle „zukünftig das unternehmerische Risiko von einem privaten Betreiber getragen werden.“

##### Standort/Lage/Erreichbarkeit

Das Areal des Gebäudekomplexes „JadeZentrum“ liegt unmittelbar nördlich der Fußgängerzone und der zentralen Verkehrsachse „Peterstrasse“ sowie des Bahnhofes. In nur wenigen Gehminuten ist der Kurpark, der Ems-Jade-Kanal und der Banter See fußläufig erreichbar. Der Gebäudekomplex ist umgeben von Wohn- und Gewerbenutzungen, so dass Nutzungs- und Entwicklungseinschränkungen auch bei einem optionalen

<sup>4</sup> Quelle: Protokoll über die Sitzung des Rates der Stadt Wilhelmshaven mit Einwohnerfragestunde am Mittwoch, 12. Oktober 2022, 15:00 Uhr, im Ratssaal Nr. 11/2022

Neubau einer neuen Stadthalle an diesem Standort vorliegen (Stichwort: Emissionen, Verkehrsführung, Bau-recht).

Die Erreichbarkeit des Gebäudekomplexes und somit der Stadthalle ist aufgrund der innerstädtischen Lage und der Nähe zum Bahnhof als gut zu bewerten, Parkplätze standen bisher im direkten Umfeld sowie im angeschlossenen Parkhaus (350 Stellplätze) zur Verfügung. Außerdem bestand die Möglichkeit vom Bahnhof mit dem Stadtbus zu Stadthalle zu gelangen.

Ob und wie sich diese verkehrliche Anbindung und Parkierungssituation zukünftig darstellen wird, ist derzeit noch offen/unklar. Fest steht, dass im Fall einer neuen Stadthalle am Standort Grenzstraße auch in Zukunft mit einem erhöhten Verkehrs- und Publikumsaufkommen mit korrespondierenden Emissionen im Quartier zu rechnen wäre – ein absehbarer Konfliktherd mit umliegenden Wohn- und Gewerbenutzungen. Infolge von unabdingbaren Sanierungs-, Neubau-/Umbau- und Erweiterungsmaßnahmen bei der Bestandsimmobilie „Jade-Zentrum“ würde absehbar der Bestandsschutz entfallen und eine Neugenehmigung der Stellplatz-, Erschließungs-, Emissions- und Sicherheitssituation/-konzepte für einen neuen Gebäudekomplex und die entsprechenden Nutzungen nach nun geltenden Bestimmungen erfolgen – Bestimmungen, welche die Realisierung und auch den Betrieb einer Veranstaltungsstätte an diesem Standort verhindern, mindestens aber deutlich erschweren und aufwendiger werden lassen (Aufwand = Investitionsvolumen, Betriebskosten, Zuschussbedarfe).

### Kapazitäten

Die im Obergeschoss des Gebäudekomplexes befindliche ehemalige Stadthalle bot auf einer Fläche von über 5.500 m<sup>2</sup> insgesamt 8 für Veranstaltungen nutzbare Säle bzw. Räume von 35 m<sup>2</sup> bis 1.400 m<sup>2</sup> und ein großzügiges Foyer. Der Hauptsaal „Saal 1“ bot dabei insgesamt theoretisch rund 1.600, in der Praxis rund 1.400 Sitzplätze, davon ca. 1.125 Plätze im Parkett sowie 284 festbestuhlte Plätze im Emporen-/Balkonbereich. Der Saal 1 verfügte zudem über eine durch Podeste flexibel ausgestaltbare Hauptbühne, markt-/branchenübliche Hinter- und Seitenbühnenbereichen waren nicht fix vorhanden, sondern mussten über Vorhangs- und Wand-systeme eingerichtet werden.

Der Nebensaal 4 wurde aus den zwei Sälen 5 und 6 (170 m<sup>2</sup>/130 m<sup>2</sup> für 150 bzw. 120 Personen (Reihen)) gebildet und bot dann auf einer Fläche von rund 300 m<sup>2</sup> Platz für 300 Personen bei Reihenbestuhlung. Hinzu kamen die Säle 7 (130 m<sup>2</sup>/120 Personen (Reihen)), 8 und 9 (je 35 m<sup>2</sup>/je 20 Personen). Zum Teil konnten z. B. der Saal 4 durch die Öffnung einer flexiblen Trennwand zum Foyer hin geöffnet und somit dessen Nutzung/ Beispielbarkeit erhöht werden.

Veranstaltungsrelevantes Raumprogramm ehemalige Stadthalle Wilhelmshaven

Bereich	Größe m <sup>2</sup>	Bestuhlungskapazität						
		in Reihen	m <sup>2</sup> /PAX	Parlamentarisch	m <sup>2</sup> /PAX	Bankett	m <sup>2</sup> /PAX	Stehend
Hauptsaal (Saal 1)	1.400	1.600	0,88	800	1,75	900	1,56	3.000
Saal 2	750	1.000	0,75	350	2,14	650	1,15	1.200
Saal 3	650	600	1,08	450	1,44	250	2,60	1.200
Empore								
Bühne	200							
Saal 4	290	300	0,97	150	1,93	100	2,90	600
Saal 5	170	150	1,13	100	1,70	70	2,43	250
Saal 6	130	120	1,08	80	1,63	50	2,60	250
Saal 7	130	120	1,08	80	1,63	50	2,60	250
Saal 10	70	70	1,00	40	1,75			
Saal 8	35	35	1,00	20	1,75			
Saal 9	35	35	1,00	20	1,75			
Foyer	900							

Ergänzt wurde dieses Saal-/Raumangebot um einen über mehrere Ebenen vorhandenen, rund 3.000 m<sup>2</sup> großen Foyer- und Flurbereich, der sowohl als Pausen- und Wandelbereich bei Veranstaltungen diente, der aber auch als eigener Veranstaltungsbereich genutzt werden konnte und auch die Besuchergarderobe

beinhaltete. Auch waren im Foyerbereich Getränkeausgabestellen (mobil/fix) und die Zugänge zu den Sanitärbereichen untergebracht.

Der Hauptsaal verfügte über fest eingebaute Komponenten der Bühnen- und Medientechnik sowie diverse Hängepunkte mit/ohne Kettenzügen/-schienen, die kleineren Säle in Teilbereichen ebenso oder aber es wurden im Bedarfsfall mobile Komponenten temporär eingebracht. Im Backstagebereich waren diverse Garderoben- und Sanitärflächen sowie auch Lagerräume und Verwaltungsbüros vorhanden.

Bis einschließlich 2019 wurde die veranstaltungsbezogene Gastronomie der Stadthalle Wilhelmshaven von der OVS Veranstaltungs-Service GmbH betrieben, von 2020 bis zur Schließung der Halle von der K&K Gastronomie GmbH.

### Nutzungsprofil

In den Jahren 2009-2019 fanden in der Stadthalle jährlich im Durchschnitt über 50 Veranstaltungen aller Formen und Sparten mit einem breiten überwiegend kulturellen und gesellschaftlichen Spektrum statt: Konzerte, Schauspiel, Kabarett, Comedy, Musical, Revue, Bälle, Party-Events und Empfänge. Diese Veranstaltungen wurden jährlich von rund 42.300 Personen besucht.

Detaillierte Angaben zum Nutzungsprofil der ehemaligen Stadthalle sind im Punkt 3.2 zu finden.

### Betrieb

Die Stadthalle wurde von der städtischen Wilhelmshaven Touristik & Freizeit GmbH betrieben. Wie in anderen Städten auch, musste die Stadt die durch den Betrieb des Hauses bei der städtischen Eigengesellschaft auftretenden Fehlbeträge ausgleichen bzw. tragen.

### Zustand/Sanierungsbedarf

Der Gebäudekomplex der Stadthalle weist insgesamt einen erheblichen Sanierungsbedarf auf. Infolge des schlechten baulichen Zustands der Gesamtimmobilie waren in den Jahren vor der Schließung der Stadthalle im Sommer 2021 bis auf die Stadthalle selbst und ein Fitnessstudio sämtliche Nutzungseinheiten bzw. Mietflächen im Gebäudekomplex Jade-Zentrum leerstehend. Diese Leerstandssituation, der fehlende Publikums- und Nutzungsverkehr in der Immobilie sowie ausgebliebene Sanierungsmaßnahmen haben den Zustand des Gebäudekomplexes Jade-Zentrum über mehrere Jahre hinweg stark negativ beeinflusst. Das Erscheinungsbild des Jade-Zentrums und damit der Stadthalle entsprechen in keinster Weise marktüblichen Standards oder Anforderungen von Besuchern und Veranstaltern – eine auch für die Stadt negative „Außenwirkung.“

Im Herbst 2022 hat die Stadt Wilhelmshaven die Durchführung eines Interessenbekundungsverfahrens für das Areal des „Jade-Zentrums“ beschlossen, das auf die „Realisierung einer Stadthalle und/oder einer weiteren städtebaulichen Entwicklungsmöglichkeit abzielt.“ Wann und mit welchem Ergebnis ein derartiges Verfahren durchgeführt wird, ist zum Zeitpunkt dieser Studiererstellung noch ebenso offen, wie die Frage, ob sich ein Investor bzw. privater Partner (Betreiber) findet, der zukünftig das unternehmerische Risiko für den Betrieb einer Stadthalle übernimmt (siehe hierzu auch Punkt 3.8).

- ▶ Aufgrund baulicher und technischer Mängel wurde im Sommer 2021 die Nutzung der Stadthalle und des Gebäudekomplexes „Jade-Zentrum“ untersagt.
- ▶ Aspekte, wie die Lage im mischgenutzten Wohn- und Gewerbegebiet, die Erschließung der Veranstaltungsbereiche, begrenzte Raumangebote, die Raumgrößen und -nutzbarkeiten, das Ambiente/das Erscheinungsbild, Flexibilitätsbegrenzungen und Schwächen bei funktionalen/operativen Aspekten (z. B. Anlieferung, Bühnen-/Backstagesituation, Gastronomie/Catering, Garderoben, Haus-/Lüftungs- und Klimatechnik, etc.) erschwerten bis dahin zusätzlich zu den o. g. technischen/baukonstruktiven Mängeln die Nutzung, die Vermarktung und den Betrieb der Stadthalle. Sie waren vermarktungs-, betriebs- und demzufolge sehr kosten-/aufwandsintensiv (Stichwort: Wirtschaftlichkeit).



- ▶ Bei einer grundsätzlich denkbaren Sanierung des Bestands oder aber einem Neubau an gleicher Stelle könnten zwar baulich-technische Mängel behoben werden, dennoch blieben wesentliche funktionale, betriebs-, nutzungs- und/oder vermarktungsbeeinflussende Schwächen und Einschränkungen bestehen – Schwächen und Einschränkungen, die absehbar auch die unmittelbare Umgebung betreffen und damit Konflikte als sehr wahrscheinlich erscheinen lassen (Stichwort: Emissionen, Verkehrsbelastung etc.).
- ▶ Die Entwicklung einer neuen, modernen Stadthalle an einem anderen Standort als dem Grenzweg bietet für Wilhelmshaven dagegen die Möglichkeit, an einem neuen, verkehrs-, nutzungs- und betriebsbezogen besser geeigneten Standort eine auf Kernnutzungen ausgerichtete Veranstaltungsstätte nach neuestem Stand und mit optimierten Funktionalitäten und Ausprägungen zu entwickeln (= Potenzial zur Entwicklung eines entsprechenden Angebots an für Veranstaltungen nutzbaren Kapazitäten durch Schaffung neuer, flexibel nutzbarer Kapazitäten in einer neuen Stadthalle).
- ▶ Gleichzeitig kann das Areal des Bestands einer neuen, städtebaulich höherwertigen und dem Standort bzw. der Umgebungsbebauung zuträglicheren Nutzung zugeführt werden.

#### 1.2.4.2 Pumpwerk

Das denkmalgeschützte, bis 1974 noch in Betrieb stehende Abwasserpumpwerk am Banter Deich wird seit 1976 als Kultur- und Veranstaltungszentrum sowie als soziokulturelles Zentrum genutzt. Seit Inbetriebnahme als Veranstaltungszentrum wurde das Pumpwerk mehrmals in unterschiedlichen Bereichen saniert, Anfang der 1990er Jahre fand der Ausbau bzw. die Erweiterung des Saalbereichs statt, durch den das Pumpwerk eine deutliche Angebotsaufwertung erfahren hat. 2019 hat die für das Gebäude zuständige GGS Wilhelmshaven zuletzt eine Konzeptstudie für einen Umbau und eine Erweiterung des Gebäudekomplexes „Pumpwerk“ durch das Architekturbüro „KUBIK ARCHITEKTUR“ erarbeiten lassen, das eine Anbau an die Bestandsimmobilie mit rund 550 m<sup>2</sup> BGF für eine neue Gastronomie, eine erweiterte Foyersituation und weitere Seminarräume im Seminargebäude sowie einen Rückbau der bis dato bestehenden Gastronomie und des Backstagebereichs vorsah. Eine Umsetzung des Konzepts ist noch nicht erfolgt, sodass im Zusammenhang mit der Stadthallendiskussion zwischen dem Baudezernat und der WTF gemeinsame Überlegungen entstanden sind, auf dem benachbarten, nördlichen Grundstück am Ems-Jade-Kanal möglicherweise die neue Stadthalle zu realisieren, um somit Flächen- und Betriebssynergien realisieren zu können (siehe hierzu auch Punkt 5.4 ff.).

Grundsätzlich bietet das Pumpwerk aufgrund der Bausubstanz und dem Abmiete des historischen Industriebauwerkes Veranstaltungen einen einzigartigen Rahmen – sowohl für Kulturveranstaltungen wie z. B. Konzerte, Comedy und Kleinkunst, als auch für Party-Events und auch für Seminare und Workshops. Ein Rahmen und „Set-Up“, das einer neuen Stadthalle sofort einen eigenen Charakter, Charme und damit gute Vermarktungschancen bieten würde.

##### Standort/Lage/Erreichbarkeit

Das Gelände des Pumpwerks, das neben dem Pumpwerk-Gebäude selbst auch noch über einen Anbau, einen Biergarten, den Pumpwerk-Platz und einen Park/eine Grünanlage verfügt, liegt an der Jadeallee auf der Halbinsel zwischen Ems-Jade-Kanal und Banter See/Südstrand an der Wiesbadenbrücke.

Die Nachbarschaftsbebauung bzw. -nutzung des Pumpwerks ist derzeit gewerblich geprägt, es befinden sich neben einem großen Recycling-Unternehmen auch diverse Gastronomiebetriebe sowie auch das Büro der Wilhelmshaven Touristik & Freizeit-Gesellschaft in direkter Nähe. Das gegenüber dem Pumpwerk gelegene, ca. 32.350 m<sup>2</sup>-große Areal der Wiesbadenbrücke wurde in den letzten Jahren zu dem Stadtquartier „Wiesbadenbrücke-Haveninsel“ mit Wohn- und Gewerbenutzung entwickelt.

Südlich des Pumpwerks wird auf dem ehemaligen Militärgelände am/auf/um den Truppenmannschaftsbunker 750 der Banter Kaserne das Trilaterale Weltnaturerbe Wattenmeer Partnerschaftszentrum (kurz: TWWP) errichtet. Das direkt anschließende, westlich des TWWP-Geländes gelegene Areal war bis 2020 als Standort

für die neue Stadthalle Wilhelmshaven vorgesehen. Nach intensiven Diskussionen und dem polit-ischen Beschluss infolge der Einwohnerbefragung steht dieses Areal als Standort für eine neue Stadthalle jedoch nicht mehr zur Disposition.

Neu in der Diskussion allerdings ist die Standortoption am Pumpwerk selbst, d. h. die Flächen nördlich („Apfelbaumwiese“ und die im Bestand durch die Deutsche Lebens-Rettungs-Gesellschaft (DLRG) genutzten Flächen) sowie die sich anschließenden, derzeit unbebauten Grünflächen des Pumpwerkparcs westlich des Pumpwerks (bis zur Straße „Banter Deich“).

Erreichbar ist das Pumpwerk (sowie auch die anderen, dort bereits befindlichen und zukünftigen Locations) mit dem Pkw entweder über die diversen Verkehrsachsen der Stadt von Norden herkommend über die Jadeallee oder von Westen kommend über die Emsstraße. Am Pumpwerk selbst stehen derzeit diverse Parkplätze zur Verfügung, der Bahnhof ist in ca. 10 Minuten (1 Kilometer) fußläufig erreichbar.

### Kapazitäten

Das Pumpwerk bietet im Bestand verschiedene Räume für unterschiedliche Veranstaltungsarten/-formate in diversen Größen. Der Saal bietet auf einer Fläche von 400 m<sup>2</sup> unbestuhlt Platz für ca. 800 Personen, bestuhlt je nach Größe der Bühne (max. 9 x 6 m) für ca. 360 - 385 Personen. Der Pumpwerk-Club (ca. 100 m<sup>2</sup>) bietet in der unbestuhlten Variante Platz für ca. 180 Personen. Darüber stehen Anbau und Foyer sowie das Außen- gelände mit Biergarten, Pumpwerk-Platz und Park zur Nutzung zur Verfügung. Für Seminare und Workshops können im Pumpwerk die zwei Räume "Eisenstein" und "Knurrhahn" genutzt werden. Hier finden jeweils rund 15 Personen für Seminare, Tagungen, Workshops, Konferenzen oder Meetings Platz.

Der Saal verfügt über eine konzerttaugliche Licht- und Tonanlage, die beiden Seminarräume über Beamer und Tagungstechnik. Der Pumpwerk-Club dient primär als Ort zur kulinarischen Versorgung bei allen Veranstaltungen, er wird aber auch eigenständig als Location für Feiern und Events genutzt.

### Nutzungsprofil

Das Pumpwerk ist war bereits vor Schließung der Stadthalle und ist insbesondere seit der Schließung DAS Kultur- und Veranstaltungszentrum Zentrum der Stadt Wilhelmshaven. Das darin stattfindende Veranstaltungsspektrum ist breit und umfasst sowohl hochwertige Musik-Events mit international bekannten Künstlern wie Fury in the Slaughterhouse, Heinz Rudolf Kunze, New Model Army, Max Raabe oder Johannes Oerding wie auch Konzerte von Amateurmusikern. Hinzu kommt eine Vielzahl von Kleinkunst- und Comedy-Veranstaltungen lokal, regional und auch national bekannter Künstler/Gruppen.

Das Pumpwerk wird zudem für Veranstaltungen im soziokulturellen Bereich genutzt, d. h. für die Arbeit für und mit Kindern, mit Schulen, Initiativen, Gruppen und Verbänden, die dort unterschiedliche Formate und Produktionen präsentieren. Darüber hinaus führt das Pumpwerk auch Außenveranstaltungen, wie die Konzertreihe „Mittwochs am Pumpwerk“, das Pumpwerk Open Air, das Mittelalterliche Dorf beim Wochenende an der Jade oder das Public-Viewing bei sportbasierten Welt- und Europameisterschaften durch.

### Betrieb

Betreiber des Pumpwerks ist die Stadt, vertreten durch die Wilhelmshaven Touristik & Freizeit GmbH.

- ▶ Das Pumpwerk ist ein attraktiver Spielort im Konzert-, Kleinkunst- und Eventbereich. Die Location bietet professionellen Künstlern und Amateuren eine Plattform und zieht mit zahlreichen Events, Konzerten und Eigenproduktionen nicht nur Menschen aus dem lokalen Umfeld, sondern aus der gesamten Region an.
- ▶ Die historische Bausubstanz verleiht Veranstaltungen – egal welcher Art - einen besonderen Rahmen und das Netzwerk des Betreibers kann im Wettbewerbssinn als vorteilhaft für die Location Pumpwerk gewertet werden.

- ▶ Eine Wettbewerbssituation zwischen Stadthalle und Pumpwerk ist heute und auch in Zukunft vor dem Hintergrund der Veranstaltungsformate und -größen nicht gegeben - die beiden Häuser ergänzen das veranstaltungsrelevante Angebot in Wilhelmshaven.
- ▶ Das Pumpwerk könnte, insofern gewollt und Kapazitäten zur Verfügung stehen, eine attraktive Ergänzung zu einer neuen Stadthalle am Standort Ems-Jade-Kanal/Jadealle darstellen – als Location für Abendveranstaltungen, Break-Outs oder das Rahmenprogramm bei Veranstaltungen in einer neuen Stadthalle am gleichen Standort.



### 1.2.4.3 Stadttheater

Das Stadttheater Wilhelmshaven ist die Bezeichnung für zwei verschiedene Theatereinrichtungen in Wilhelmshaven. Nach dem Umbau 1952 zog das Stadttheater Wilhelmshaven, das vorher an anderer Stelle beheimatet war, in das Gebäude der 1904 erbauten Marine-Intendantur an der Virchowstraße. 1983 wurde das Theater saniert und die Ränge zurück gebaut. Auch in der Folgezeit erfolgten kontinuierlich Sanierungs- und Modernisierungsmaßnahmen im Haus.

Das 2016 eröffnete, im Gebäude der ehemaligen Kammgarnspinnerei Müller & Raschig befindliche Studiotheater TheOs (Kurzform von „Theater im Oceanis“) ist ein weiterer, allerdings kleinerer Spielort des Stadttheaters. Das Gebäude wurde letztmalig im Jahr 2000 saniert und 2014 für die jetzige Theaternutzung umgebaut.

Das Stadttheater ist eine von zwei Landes Bühnen in Niedersachsen (neben dem Theater für Niedersachsen in Hildesheim) und beschäftigt über 100 Mitarbeiter.

#### Standort/Lage/Erreichbarkeit

Das Stadttheater liegt in exponierter Lage am Kreuzungsbereich Peterstraße/Virchowstraße. Das Haus ist ca. 200 Meter von der zentralen Innenstadt entfernt und somit gut erreichbar. Bis zum Bahnhof bzw. Busbahnhof sind es rund 300 Meter. Pkw-Stellplätze sind auf dem Parkplatz „Theaterplatz“ direkt gegenüber, bei der Sparkasse und der Commerzbank, in den nahegelegenen Nebenstraßen und im Innenstadtbereich in ausreichendem Umfang vorhanden.

Das TheOs liegt südlich des Innenstadtbereichs am Ems-Jade-Kanal. Es ist fußläufig über die Neckarstraße, Richtung Bontekai, in wenigen Minuten aus der Innenstadt und dem Bahnhof erreichbar (ca. 0,9 Kilometer). Theaterbesucher können den gebührenpflichtigen Parkplatz am TheOs an der Neckarstraße nutzen.

#### Kapazitäten

Hauptveranstaltungsbereich des Stadttheaters ist der Saal mit insgesamt bis zu 514 Sitzplätzen im ansteigenden Parkett sowie einer ca. 125 m<sup>2</sup> großen Bühne (zzgl. Orchestergraben und Neben-/Hinterbühne, Garderoben, Lager etc.). Der Saal verfügt über eine spielstättenkonforme Grundausstattung an Technik (Ton, Beleuchtung, Hängepunkte). Bei Bedarf kann weitere Technik/Ausstattung eingebracht werden.

Das TheOs ist eine Studiobühne mit Platz für ca. 99 Personen (Reihen) in ansteigender Bestuhlung. Ergänzt wird das veranstaltungsbezogene Angebot des TheOs um den Gastronomiebetrieb „CaOs“, der im gleichen Gebäude untergebracht ist und bis zu 50 Personen Platz bietet.

### Nutzungsprofil

Das inhaltliche Spektrum des Stadttheaters bzw. der Norddeutschen Landesbühne liegt nach Eigenangaben bei Klassikern, dem zeitgenössischen Theater, der Unterhaltung sowie bei dem Kinder- und Jugendtheater. Konkrete Angaben zu Veranstaltungsvolumina des Hauses liegen nicht vor.

### Betrieb

Betreiber des Stadttheaters ist die Landesbühne Niedersachsen Nord GmbH, die nach Angaben im Beteiligungsbericht 2018 der Stadt Wilhelmshaven für die Jahre 2015-2017 ein Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit in der Spielzeit 2016/2017 in Höhe von rund 270 TEUR ausweisen konnte. Dabei verzeichnete die Landesbühne in dieser Spielzeit ca. 108.700 Zuschauer.

Konkretere Angaben zu Betriebs- und Ergebniszahlen etc. des Hauses liegen nicht vor.

- ▶ Die Landesbühne verfügt mit dem Stadttheater und dem TheOs über zwei attraktive Spielorte für Kulturveranstaltungen. Dabei verfügt die Landesbühne über ein eigenes Ensemble und bietet Inhalte/Programme mit Künstlern aus ganz Deutschland. Das Haus zieht mit zahlreichen Produktionen nicht nur Menschen aus Wilhelmshaven selbst sondern auch aus der Region an.
- ▶ Die historische Bausubstanz verleiht diesen Kulturveranstaltungen einen besonderen Rahmen und das Netzwerk des Betreibers kann im Wettbewerbssinn als vorteilhaft gewertet werden.
- ▶ Eine Wettbewerbssituation zwischen einer neuen Stadthalle und Stadttheater ist inhaltlich in Teilbereichen gegeben, wobei die inhaltliche Ausrichtung einer Stadthalle sich primär auf Gastspielproduktionen bezieht, während das Stadttheater hauptsächlich Eigenproduktionen der Landesbühne bietet. Auch bietet das Stadttheater an beiden Spielorten ein für beschränktes, für Kulturnutzungen gutes, aber fixiertes Raumangebot/-mix und Ausstattung sowie belegungs-basierte Nutzungsbeschränkungen.
- ▶ Gegebenenfalls könnten größere, populärere bzw. erfolgreiche Produktionen des Stadttheaters bzw. der Landesbühne vereinzelt auch zur Ausnutzung größerer Kapazitäten in einer neuen Stadthalle stattfinden. Ansonsten ist eine direkte Wettbewerbssituation zwischen den beiden Häusern vor dem Hintergrund der Veranstaltungsformate und -größen nicht gegeben – die beiden Häuser ergänzen das veranstaltungsrelevante Angebot in Wilhelmshaven.



#### 1.2.4.4 Gorch Fock-Haus

Das 1968 eröffnete Gorch-Fock-Haus ist seit seiner Eröffnung Treffpunkt sowohl für Bundeswehrangehörige als aber auch für die Einwohner Wilhelmshavens. Es gilt als „die gute Stube“ der Bundeswehr in Wilhelmshaven und wird sowohl für Veranstaltungen der Bundeswehr wie aber auch für politik- und wirtschaftsnahe Veranstaltungen mit lokalem/regionalen Bezug und Gesellschafts-/Privatanlässe genutzt.

#### Standort/Lage/Erreichbarkeit

Das Gorch-Fock-Haus liegt in der Wilhelmshavener Innenstadt am Gorch-Fock-Platz, nur wenige Gehminuten von der zentralen Fußgängerzone und dem Bahnhof Wilhelmshaven entfernt. Das Haus ist umgeben von einer Grünanlage an die Wohn- und Gewerbenutzungen anschließen.



Für Pkws stehen ca. 50 Stellplätzen auf dem hauseigenen Parkplatz sowie weitere Stellplätze im öffentlichen Straßenraum zur Verfügung. Eine direkte Bus-/ÖPNV-Anbindung besteht nicht.

### Kapazitäten

Neben einem Restaurant mit einer Kapazität von 56 Sitzplätzen bietet das Gorch-Fock-Haus weitere unterschiedlich große Veranstaltungsräume. Der größte Saal ist der Johann-Kinau-Saal und bietet Platz für rund 500 Personen, das Wilhelmshaven-Zimmer für 90 Personen, das Norfolk-Zimmer für 80 Personen, die Kapitänsstube für bis zu 28 Personen und die Kajüte für maximal 15 Personen. Hinzu kommen das Foyer, ein Biergarten, 3 Gästezimmer und eine Kegelbahnanlage.

### Nutzungsprofil

Nach diversen Presseberichten fanden vor Corona jährlich rund 700 (!) Veranstaltungen im Gorch-Fock-Haus statt. Nutzungsschwerpunkte waren dabei Vortragsveranstaltungen sowie auch Konzerte und private, gesellschaftliche Events. Weitere, konkretere und neuere Angaben zu Veranstaltungsvolumina etc. des Hauses liegen nicht vor bzw. sind nicht öffentlich zugänglich.

### Betrieb

Das Gorch-Fock-Haus wird von der "Evangelischen Arbeitsgemeinschaft für Soldatenbetreuung e. V." (EAS) betrieben und ist bundesweit eine von rund zehn Einrichtungen der EAS, die sich als Begegnungsstätten zwischen Soldaten und Zivilpersonen verstehen. Konkretere Angaben zu Betriebs- und Ergebniszahlen etc. des Hauses liegen nicht vor bzw. sind nicht öffentlich zugänglich.

- ▶ Das Gorch-Fock-Haus ist ein gut frequentierter und etablierter Veranstaltungsort mit Schwerpunkt im Tagungs-, Weiterbildungs- aber auch gesellschaftlichen Segment. Durch die Verbindung zur Bundeswehr wird das Haus häufig und kontinuierlich genutzt.
- ▶ Schon aufgrund der inhaltlichen Ausrichtung im Bereich Tagungen, Bildung und Gesellschaft ist das Gorch-Fock-Haus in Teilbereichen ein Wettbewerber einer neuen Stadthalle Wilhelmshaven im Zusammenhang mit Meeting-, Seminar-, Konferenz- und Tagungsformaten.
- ▶ Das differenzierte Raumangebot, insbesondere mit Tagungs-/Seminarräumen und deren Qualität, Ausstattung, die innerstädtische Lage sowie aber insbesondere die langjährigen Beziehungen und Verbindungen zur Bundeswehr sind ein erheblicher Vorteil des Gorch-Fock-Hauses.
- ▶ Demgegenüber könnte ggfs. eine neue Stadthalle mit einem größeren Raumprogramm sowie Belegungsaspekten ggfs. bei größeren sowie wirtschaftsnahen Veranstaltungen punkten (Stichwort: Saalkapazität, Anzahl, Flexibilität, Parallelnutzung von Veranstaltungskapazitäten).





### 1.2.4.5 Sonstige Locations im Überblick

Zusätzlich zu den oben dargestellten, größten und relevantesten Veranstaltungsstätten gibt es in Wilhelmshaven noch eine Reihe weiterer, für Veranstaltungen nutzbare Einrichtungen in unterschiedlichen Größen und inhaltlichen Ausrichtungen, wie z. B.

Location	Kapazität	Kernausrichtung	Relevanz für Stadthalle
Heim-/Wohnschiff Arcona	Raum 1 – 70 PAX Raum 2 – 16 PAX Raum 3 – 12 PAX	Gesellschaft, Vereine	kein Wettbewerb, da kein Regelgeschäft, maximal für Abendveranstaltung oder Rahmenprogramme
Aquarium	Raum 1 – 85 PAX Raum 2 – 25 PAX	Bildung, Vorträge, Information, Schu- lungen	Wettbewerber in Teilsegmenten, aber kein Regelgeschäft, ansprechendes Angebot, auch für Abendveranstaltung/Rahmenprogramme
JadeWeserPort-InfoCenter	Raum 1 – 60 PAX	Bildung, Vorträge, Information	kein Wettbewerb, nur 1 Raum, kein Regelgeschäft, max. Rahmenprogramm
Ruscherei	Raum 1 – 60 PAX Raum 2 – 50 PAX + Räume für 8 – 12 PAX	Kultur, Kleinkunst, Bildung, Vereine, Gesellschaft	kein Wettbewerb, da Begegnungsstätte mit Gastronomie, Raumangebot und Vermarktung „speziell“
Wattenmeer Besucherzentrum	Raum 1 – 220 PAX Raum 2 – 70 PAX	Museum, Bildung, Vorträge, Informa- tion, Hochzeiten	kein Wettbewerb, da kein Regelgeschäft, geeignet für Abendveranstaltung oder Rahmenprogramme bei Tagungsveranstaltungen oder privaten Anlässen
Trilaterales Weltnaturerbe Wattenmeer-Partnerschafts- zentrum (TWWP)	Offen	Museum, Bildung, Vorträge, Informa- tion	kein Wettbewerb, da kein Regelgeschäft, aber Partner – als Overflow-Kapazitäten und Abendveranstaltung oder Rahmenprogramme geeignet
Kunsthalle/ Kunstmuseum		Museum, Bildung, Vorträge, Informa- tion	Kein Wettbewerb
Nordfrostarena	Arena – 2.200 Sitzplätze	Sport	Kein Wettbewerb

- ▶ Mit Ausnahme des Aquariums ist keine der sonstigen, in Wilhelmshaven derzeit vorhandenen Locations als ernstzunehmender Wettbewerber zu einer neuen Stadthalle einzustufen. Vielmehr könnten einige der Locations, wie z. B. das Schiff Arcona, das Aquarium, das Wattenmeer-Besucherzentrum und das TWWP als Location für Abend- und Rahmenveranstaltungen genutzt werden.
- ▶ In Abhängigkeit des konkreten Raumprogramms und des Nutzungskonzeptes des TWWP können sich bauliche und betriebliche Synergien/Einsparpotenziale sowie erweiterte Nutzungs- und Vermarktungschancen für die Stadthalle ergeben.

### 1.2.4.6 Hotels als Anbieter von Veranstaltungskapazitäten

Zusätzlich zu dem Angebot der o. g. Veranstaltungsstätten und der sonstigen Locations bieten auch vor Ort ansässige Hotels Räume für Veranstaltungen, wie z. B. Tagungen, Bankette, Familienfeiern oder gesellschaftliche Events in kleineren Größensegmenten mit einer entsprechenden Grundausstattung und einem hoteltypischen Ambiente an. Hauptkunden und Zielgruppen dieser Veranstaltungskapazitätsanbieter sind Privatpersonen und private Veranstaltungen sowie beruflich motivierte Veranstalter/Formate, d. h. Veranstaltungen mit i. d. R. keiner bis kaum wahrnehmbarer „Außenwirkung“ für den Standort Wilhelmshaven aufgrund der geringen Teilnehmeranzahl oder dem privaten Rahmen.

Einen groben Überblick über das veranstaltungsrelevante Raumangebot der Wilhelmshavener Hotels gibt die folgende Tabelle wieder:

	Anzahl Räume	größter Einzelraum [Fläche, Parlament.]	kleinster Einzelraum [Fläche, Parlament.]	Größte Raumkombination [Fläche, Parlament.]	Entfernung Stadtzentrum
Atlantic Hotel	9	145 m <sup>2</sup> / 60 Pax	24 m <sup>2</sup> / 10 Pax	291 m <sup>2</sup> / 151 Pax	1,1 km
Tide Hotel	5	64 m <sup>2</sup> / 40 Pax	21 m <sup>2</sup> / 8 Pax	128 m <sup>2</sup> / 80 Pax	4,5 km
Banter Hof	3	-- / 30 Pax	-- / 15 Pax	-- / 30 Pax	1,3 km
Hotel Wilhelms Haven	2	75 m <sup>2</sup> / --	65 m <sup>2</sup> / --	195 m <sup>2</sup> / 180 Pax	0,6 km
Nordseehotel	2	-- / 50 Pax	-- / 20 Pax	-- / 50 Pax	6,1 km
Hotel Home	1	70 m <sup>2</sup> / 55 Pax	70 m <sup>2</sup> / 55 Pax	70 m <sup>2</sup> / 55 Pax	0,8 km
Schörders schöne Aussicht	1	70 m <sup>2</sup> / 80 Pax	70 m <sup>2</sup> / 80 Pax	70 m <sup>2</sup> / 80 Pax	5,5 km
Le Patron (Gastronomie)	1	210 m <sup>2</sup> / 180 Pax		210 m <sup>2</sup> / 180 Pax	1,9 km

Insgesamt bieten die Wilhelmshavener Hotels ein hotel-/branchenübliches Angebot an Veranstaltungs-/Meetingräumen an, die z. T. flexibel kombinierbar sind. Dabei ist das Gesamtvolumen an derartigen Räumen, insbesondere für Meetings, Tagungen etc. in den Wilhelmshavener Hotelbetrieben insgesamt als typisch und für die jeweilige Betriebsgröße ausreichend zu bezeichnen. Der Veranstaltungsfokus von Hotels liegt üblicherweise bei Veranstaltungsgrößen ab rund 10 bis maximal 100/120 PAX in den Einzelräumen. In der größten Raumkombination bietet das Atlantic Hotel Platz für rund 151 Personen bei parlamentarischer Bestuhlung bzw. 256 Personen in Reihenbestuhlung – dieses Angebots sticht gegenüber dem Wettbewerb deutlich heraus. Weitere, „größere“ Räumlichkeiten stehen im Hotel Wilhelms Haven und im Tide Hotel zur Verfügung. Die Qualität des Angebotes ist dabei von Haus zu Haus z. T. stark unterschiedlich.

Der entscheidende Wettbewerbsvorteil der Hotels gegenüber den klassischen Veranstaltungshäusern liegt darin begründet, dass sie i. d. R. mehrere Dienstleistungen „aus einer Hand“ für das kleine bis maximal mittlere Größensegment anbieten können. Die i. d. R. umfangreichen Angebote an Veranstaltungs- und Tagungspauschalen liegen dabei aufgrund der Zimmervermietung und Gastronomieumsätze (Stichwort: Quersubventionierung) preislich in der Regel unter denen der reinen Veranstaltungszentren (bezogen auf das kleine bis mittlere Größensegment (Raummieten zzgl. Nebenleistungen)).

Die Frage, ob sich aus diesem primär gesellschafts- und wirtschaftsnahen Hotelveranstaltungsmarkt eine Chance für eine neue Stadthalle insgesamt ergeben könnte, kann nur eingeschränkt bejaht werden. So ist die Verlagerungstendenz hoteltypischer Gesellschafts- und Meetingveranstaltungen – ggfs. auch nur in Teilen – in eine neue Stadthalle mit neu zu schaffenden Tagungsräume primär preis-, belegungs- und vermarktungsabhängig. Gerade die wirtschaftlich attraktiven Schulungs- und Meetingveranstaltungen sowie Firmenevents verteilen sich nicht erst seit der negativen Entwicklung des Angebots der ehemaligen Stadthalle auf andere Einrichtungen in Wilhelmshaven. Auch die gesellschaftlichen Veranstaltungen nutzten bereits vor der Schließung der ehemaligen Stadthalle beispielsweise Kapazitäten des Atlantic Hotels oder des Gorch-Fock-Hauses und schätzen das besondere Ambiente dieser und anderer, vergleichbarer Locations.

Eine neue Stadthalle wird aber auch möglicherweise einige, ansonsten in den privaten Hotelbetrieben stattfindende Veranstaltungen für sich gewinnen und von diesen Häusern demzufolge abziehen können. Das Gros dieser möglichen MICE- und Gesellschaftsveranstaltungen wird jedoch „Neugeschäft“ für eine neue Stadthalle darstellen, das bewusst das größerflächige Raumangebot einer Stadthalle sucht – eine Raumanforderung, die keine der privaten Locations bietet, womit die wettbewerbsrelevante und die beihilferechtliche Situation weniger kritisch erscheint (vgl. u. a. Punkt 1.1.8). Auch muss eine neue Stadthalle und deren Betreiber sich infolge des brachliegenden Geschäfts nach der Schließung der ehemaligen Stadthalle und nach den pandemiebedingten Umorientierungen ehemaliger Stadthallennutzer neu auf dem Veranstaltungsmarkt, bei den relevanten Zielkunden und Zielveranstaltungen präsentieren, positionieren und aktiv vermarktet werden – eine Herausforderung für jeden Betreiber einer neuen Halle!

- ▶ Wettbewerb im Segment Gesellschaft und im Tagungs-/Kongresssegment (MICE) durch private Hotelbetriebe und deren preislich attraktiven Angebote ist für eine neuen Stadthalle gegeben und relevant (Stichwort: Wirtschaftlichkeit, Beihilferecht).

- ▶ Das Angebot des Atlantic Hotels ist in seinem Umfang, seinem Mix und in der Kombination mit dem Angebot an Gastronomie und Übernachtungsmöglichkeiten dabei DER Hauptwettbewerber einer neuen Stadthalle im Segment der Tagungs- und Gesellschaftsveranstaltungen. Es bieten sich aber trotz der Wettbewerbssituation auch Kooperationsmöglichkeiten von denen eine Stadthalle, das Atlantic Hotel und der Gesamtstandort Wilhelmshaven profitieren könnten.
- ▶ Bei Bereitstellung entsprechender Kapazitäten in einer neuen Stadthalle und den entsprechenden Rahmenbedingungen dieses neuen Hauses (z. B. Preisstruktur, Ambiente) sowie infolge entsprechender Vermarktungsaktivitäten auf Location- aber auch auf Stadt-/Destinationsebene beinhalten diese Veranstaltungssegmente durchaus Potenziale für eine neue Stadthalle (z. B. durch die Kombination großer Flächen (Saal, Foyer) mit kleinteiligeren Flächen eines Tagungsbereichs z. B. für Seminare, Tagungen, Firmenevents, Empfänge etc.). Dies, da eine solche Raumanforderung durch keine der privaten Locations oder Hotels angeboten werden kann, womit die beihilferechtliche Situation weniger kritisch erscheint.
- ▶ Aber: dies wird kein Selbstläufer! Es bedarf vieler Aspekte, um dieses Potenzial „anzapfen“ zu können. So erscheint ein Bedarf nach Veranstaltungskapazitäten in bestimmten Größen und Konstellationen grundsätzlich als realistisch anzunehmen, die reale Nachfrage ist aber im Vorfeld des Bestehens einer derartigen Location nicht belastbar und nachhaltig zu quantifizieren – ein grundsätzlicher Risikofaktor! Ebenso bedarf es dauerhaft ausreichender personeller und finanzieller Ressourcen, um mittel- bis langfristig Veranstaltungen in einem größeren Umfang akquirieren und professionell durchführen zu können.

#### 1.2.4.7 Sonstige Anbieter von Veranstaltungskapazitäten

In Ergänzung zu den Angeboten in den Wilhelmshavener Veranstaltungshäusern und Hotels werden auch Räume und Säle diverser Gastronomiebetriebe und weiterer Eventlocations in Wilhelmshaven für kleinere Formate, wie Tagungen, Firmen-/Privatevents sowie Kultur- und Kleinkunstveranstaltungen genutzt.

Dabei gilt grundsätzlich auch, dass die Veranstaltungslocations in Wilhelmshaven mit ihren Veranstaltungen ein überwiegend lokales Einzugsgebiet haben. Nicht zuletzt auch aufgrund der geographischen Nähe zu Bremen und Oldenburg und den dort beheimateten Veranstaltungen sind Veranstaltung, die auch Publikum/Besucher aus dem erweiterten, regionalen Umkreis anziehen würden, am Standort Wilhelmshaven zwar vorhanden aber i. d. R. weniger stark präsent. Veranstaltungen in einer Stadthalle und dem Pumpwerk sowie vereinzelte Open-Air-Events sind hier positive Ausnahmen.

- ▶ Eingeschränkt relevante Wettbewerber zu einer neuen Stadthalle – einzelne Verlagerungen sind denkbar aber wahrscheinlich wenig lukrativ.

### 1.3 Fazit der Standort- und Angebotsbetrachtung

Die Stadt Wilhelmshaven als Wohn-, Wirtschafts- und Veranstaltungsstandort sowie auch als Tourismusdestination steht grundsätzlich im Wettbewerb zu den Strukturen und Angeboten anderer Städte und deren Ausprägungen. So haben beispielsweise die Städte Bremen und Oldenburg deutliche Standortvorteile als Wirtschafts-, Tourismus- und Veranstaltungsstandorte aufgrund ihrer zentraleren Lagen und guten Erreichbarkeit, ihrer Einzugsgebiete, Zentrumswirkungen, der umfangreicheren Tourismus- und Hospitality-Infrastruktur, der größeren, veranstaltungsrelevanten Kapazitätsvielfalt, der etablierten und branchenweit gut vernetzten Betreiber der z. T. überregional bekannten Veranstaltungshäuser, der Hotel- und Gastronomiesituation sowie auch der „Zugpferd“-Funktion diverser, dort angesiedelter Unternehmen, Einrichtungen und Organisationen als Veranstaltungsgeneratoren.

Die Veranstaltungslocations in Wilhelmshaven haben mit ihren Veranstaltungen ein überwiegend lokales Einzugsgebiet. Nicht zuletzt auch aufgrund der geographischen Lage und Erreichbarkeit Wilhelmshavens sind Veranstaltungen aus sämtlichen Genres, die Publikum/Besucher auch aus dem erweiterten, regionalen Um-

kreis anziehen würden, am Standort Wilhelmshaven derzeit und absehbar auch zukünftig vergleichsweise weniger stark präsent. Kulturveranstaltungen in der ehemaligen Stadthalle, im Pumpwerk und im Stadttheater, diverse Open-Air-Veranstaltungen oder Events im Gorch-Fock-Haus waren und sind hier positive Ausnahmen.

Logistische Schwächen und Schwächen in der Angebotsinfrastruktur sprechen gegen Wilhelmshaven als Tagungs-, Konferenz- oder Kongressstandort im eigentlichen Sinne. Neben dem beschränkten, relevanten Raumangebot vor Ort sind die für dieses Segment wichtigen Angebote an qualitativ und quantitativ ausreichenden Hotelkapazitäten in Wilhelmshaven auch aufgrund von zeitlichen Überschneidungen mit den klassischen Urlaubszeiten/-reisenden begrenzt. Dieses ist jedoch neben einer einfachen Erreichbarkeit des Standortes eine weitere, zwingende Anforderung bei Vermarktung des Standortes und der lokalen Veranstaltungsstätten für Veranstaltungen mit überregionaler Ausstrahlung und Teilnehmern sowie für die wirtschaftlich lukrativen Veranstaltungen aus den Segmenten Wirtschaft und Wissenschaft.

Für Wilhelmshaven wird als Veranstaltungsstandort grundsätzlich ein gegenüber dem bisherigen Status erhöhtes Potenzial für kulturelle Veranstaltungen bzw. Veranstaltungen aus dem Live-Entertainment-Segment und für Meetings, Tagungen und Schulungen gesehen. Wilhelmshaven hat die Chance/das Potenzial, sich über unternehmens-, branchen- und themenspezifische Eigen- und Fremdveranstaltungen von/mit vor Ort/im Umfeld ansässigen Unternehmen, der Bundeswehr und der Fachhochschule, Organisationen/ Verbänden zu profilieren und neue Veranstaltungen an den Standort zu locken bzw. zu etablieren. Auch bietet die angedachte Entwicklung einer neuen Stadthalle gute Möglichkeiten und Potenziale für Veranstaltungen aus dem kulturellen sowie auch aus dem gesellschaftlichen Segment. Hinzu kommen die insbesondere seit der Corona-Pandemie stark wachsenden Potenziale für Destinationen wie Wilhelmshaven aus dem „Workation-Segment“ sowie dem Trend des „Urlaubs in Deutschland.“

Voraussetzung zur Realisierung dieser o. g. Potenziale und Chancen ist eine neue Veranstaltungshalle in ausreichender bzw. sinnvoller Größe/Dimension, mit einem differenzierten Raumangebot, professionellen Betrieb sowie einer Vernetzung aller tourismus- und veranstaltungsrelevanten Akteure in Wilhelmshaven.

Die Entwicklung eines neuen Veranstaltungszentrums ist aber nicht frei von (nicht unerheblichen) Risiken. So ist das stark ausgebaute Locationangebot in der Region an etablierten Veranstaltungsstätten mit deren z. T. ebenfalls langjährig etablierten Veranstaltungen eine große Herausforderung für den Betreiber eines neuen Hauses. Dieser muss neben einem ansprechenden Raum- und Flächenangebot in einer neuen Stadthalle auch über ausreichende und qualifizierte Personalkapazitäten sowie über Budgets und über ein ausgeprägtes Netzwerk zu Veranstaltern auf lokaler, regionaler und überregionaler Ebene verfügen, um entsprechende Veranstaltungen für das neue Haus akquirieren zu können. Eine neue Stadthalle generiert per se den geringsten Teil von Veranstaltungen durch die bloße Bereitstellung der Kapazitäten. Sie muss vielmehr umfangreich vermarktet und professionell betrieben sowie um marktüblichen Rahmenangeboten ergänzt werden (Gastronomie, Hotel, Serviceleistungen). Hinzu kommen dauerhafte Zuschussbedarfe von Seiten der Stadt, da auch ein neues Haus nicht kostendeckend zu betreiben sein wird. Dies kann aber u. U. haushaltspolitisch und beihilferechtlich kritisch sein (siehe hierzu auch Punkt 3.8).

*Hinweis:*

*Im Falle einer entsprechenden, baulichen Entwicklung einer neuen Stadthalle, deren Betrieb und Vermarktung sind u. a. auch beihilferechtliche Aspekte zu beachten und gegebenenfalls durch Juristen bestenfalls im Vorfeld weiterer Schritte bzw. Maßnahmen zu prüfen. Auch sind ggfs. entsprechende Strukturen bei der Betreibergesellschaft zu schaffen (Stichwort: Gesellschaftsform, Trennungsrechnung, etc.).*

## 1.4 Wettbewerbs-/Wettbewerberanalyse

Wie oben ausgeführt, stehen der Standort Wilhelmshaven, die diversen Veranstaltungshäuser der Stadt und damit auch eine neue Stadthalle im unmittelbaren Wettbewerb mit den veranstaltungsrelevanten Angeboten anderer Städte im Umkreis der Stadt. Im Folgenden werden kurz einige Veranstaltungsstätten im Umkreis einer neuen Stadthalle Wilhelmshaven dargestellt. Die Auswahl der Häuser erfolgte dabei auf Grundlage einer eigenen Abschätzung der Relevanz für die Gesamtentwicklung.

Ausgewählte Wettbewerber zu Wilhelmshaven



### 1.4.1 Oldenburg

Die kreisfreie Universitätsstadt Oldenburg, mit rund 174.000 Einwohnern (2022) viertgrößte Stadt Niedersachsens und Oberzentrum, liegt rund 57 Kilometer südlich von Wilhelmshaven. Oldenburg ist wirtschaftliches, administratives und kulturelles Zentrum der Weser-Ems-Region mit urbanen Strukturen und mit einem breiten Angebot an Bildungs-, Freizeit- und Kultureinrichtungen.

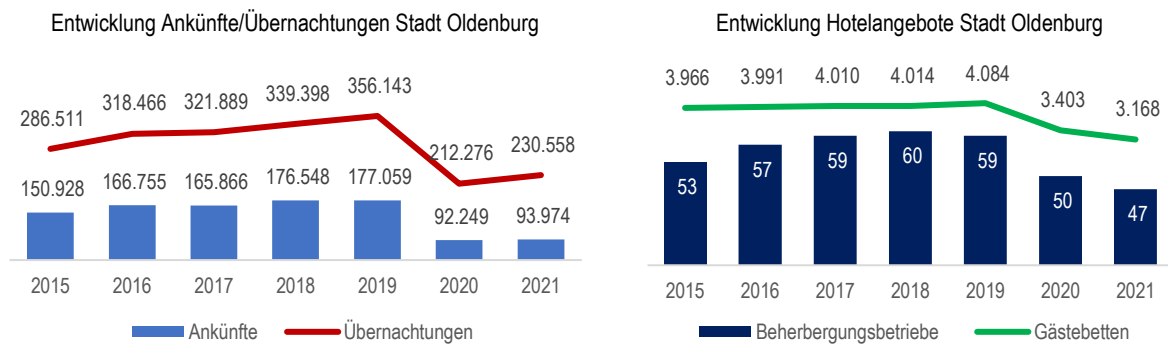
Die für Veranstaltungen und Veranstaltungsbesucher relevante, verkehrliche Anbindung und Erreichbarkeit Oldenburgs sowie die Verkehrsinfrastruktur in der Stadt ist als gut zu bezeichnen. Oldenburg liegt an mehreren Autobahnen (A 28, A 29, A 293) und Bundesstraßen (B 21, B 401), es bestehen mehrere ICE- und IC-Verbindungen z. B. nach Bremen, Hannover, Leipzig/Dresden und sogar München. Zudem besteht ein direkter Anschluss an das Netz der Regio-S-Bahn Bremen/Niedersachsen. Im Stadtgebiet sind 21 Stadtbuslinien unterwegs, die das gesamte Stadtgebiet und einzelne Ortschaften außerhalb erschließen. Hinzu kommen diverse Regional- und Fernbuslinien. Zum Flughafen Bremen sind es knapp 50 Kilometer (ca. 40 Minuten Fahrzeit).

Oldenburg ist ein starker Wirtschaftsstandort. Dort haben sich sowohl Betriebe des produzierenden Gewerbes (Automotive, Nahrungsmittel, Fotoverarbeitung, Druckereigewerbe) angesiedelt aber auch Finanzdienstleister (Banken, Versicherungen) und Unternehmen der Informationstechnologie, der Gesundheitswirtschaft sowie von erneuerbaren Energien. Die Stadt ist Standort der Carl von Ossietzky Universität (ca. 15.600 Studenten (2022/2023)), von drei Fachhochschulen sowie mehrerer Forschungseinrichtungen.

Die Stadt ist keine Tourismusdestination im klassischen Sinne, sie nimmt eher die Funktion eines urbanen Zentrums in der Region als Arbeits-, Wirtschafts- und Wohnstandort ein. Dennoch konnte die Stadt in den vor-Corona-Jahren 2014-2019 insgesamt einen Zuwachs von rund 29 % bei den registrierten Ankünften und Übernachtungen in den Beherbergungsbetrieben verzeichnen. Infolge der Coronapandemie musste der Tourismus in Oldenburg, wie überall, in 2020 und 2021 deutliche Einbrüche bei den Ankunfts- und Übernachtungszahlen hinnehmen – Nachfrage-/Bedarfseinbrüche und -rückgänge, die sich auch auf das Angebot der Beherbergungskapazitäten niederschlugen. Wie in ganz Deutschland, erscheint es auch für Oldenburg (und die übrigen, im Nachfolgenden dargestellten Destinationen und Wilhelmshaven selbst) als realistisch anzunehmen, dass der durch Corona verstärkte Trend zum „Urlaub in Deutschland“ auch die Besucherzahlen in



Oldenburg in den nächsten Jahren wieder anwachsen lassen wird. Die Tourismusintensität (= Übernachtungszahlen/Einwohnerzahlen) Oldenburgs lag 2019 (vor Corona) bei 2,05, 2021 bei 1,33 und damit deutlich unter dem Niveau von Wilhelmshaven (Wert: 4,7 in 2019/3,99 in 2021).



Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen

Für Veranstaltungen stehen in Oldenburg diverse öffentliche und private Locations in unterschiedlichen Größen zur Verfügung. Die bekanntesten sind das Theater, die Kulturetage und die Weser-Ems-Hallen – dem überregional bekannten Veranstaltungskomplex, bestehend aus vier Hallen: der Kleinen EWE Arena (Kapazität (max.): 3.200 Personen (Reihenbestuhlung)), der Großen EWE Arena (Kapazität (max.): 5.300 Personen (Reihenbestuhlung)), der Messehalle (Kapazität: 5.400 m<sup>2</sup> Hallenfläche) sowie der Kongresshalle mit zwei Festsälen (Gesamtkapazität: 680 m<sup>2</sup>, teilbar in 420 m<sup>2</sup>/260 m<sup>2</sup>) und sechs Seminar- und Konferenzräumen (von 63 m<sup>2</sup> bis 110 m<sup>2</sup>).

Mit diesem Raumangebot bedienen die Weser-Ems-Hallen ein breites Spektrum an Veranstaltungen – von Bundesliga-Basketball über Messen und Tagungen/Kongresse bis international bekannte Show-Produktionen und Künstler. Jährlich fanden vor Corona nach Betreiberangaben über 300 Veranstaltungen mit über 600.000 Besuchern aus der Region und z. T. dem überregionalen Umfeld dort statt. Dabei profitieren die Weser-Ems-Hallen definitiv von der Angebotsvielfalt und Flexibilität in den zur Verfügung stehenden Raumgrößen, der vorhandenen Technik, der guten Erreichbarkeit der Location und dem Einzugsgebiet Oldenburgs, das sich von Bremen bis Leer, von Cloppenburg bis nach Wilhelmshaven erstreckt.

- ▶ Oldenburg ist definitiv ein starker und relevanter Wettbewerber der Veranstaltungsdestination Wilhelmshaven auf regionaler Ebene – sowohl im Hinblick auf Veranstaltungen aus dem Live-Entertainment-Segment als auch bzgl. MICE-Events.
- ▶ Oldenburgs Vorteile bzw. Stärken im Vergleich zu Wilhelmshaven sind dabei die deutlich bessere Erreichbarkeit (Stichwort: Zeit-/Kosteneffizienz der Veranstaltungsbesucher), das größere Einzugsgebiet, die breite Wirtschaftsstruktur und die Hochschulen sowie auch das umfangreichere Angebot an für unterschiedlichste Veranstaltungen nutzbaren Raum- und Flächenangeboten.
- ▶ Die Weser-Ems-Hallen sind dabei eine bekannte, gut vernetzte und vielseitig beispielbare Location mit differenziertem Raumangebot und guter Logistik.



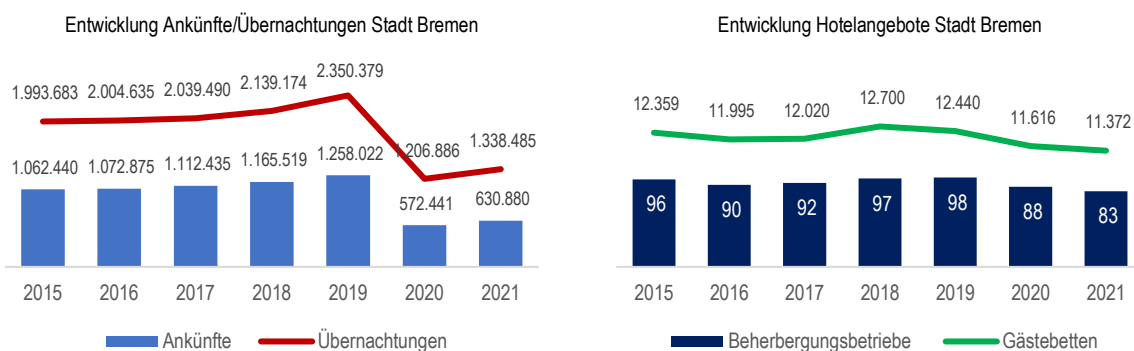
## 1.4.2 Bremen

Die Stadtgemeinde Bremen, Hauptstadt des Landes „Freie Hansestadt Bremen“ ist mit rund 563.300 (2022) Einwohnern die elftgrößte Stadt in Deutschland und die sechstgrößte deutsche Industriestadt. Die Stadt liegt ca. 100 Kilometer südöstlich von Wilhelmshaven, ca. 50 Kilometer östlich von Oldenburg und ca. 110 Kilometer südwestlich von Hamburg. In ihrem unmittelbaren Einzugsgebiet (ca. 30 Kilometer) leben über 947.000 Einwohner (2022), hinzu kommen rund 113.200 Einwohner in Bremerhaven, rund 120.000 Personen pendelten 2021 regelmäßig nach Bremen ein.

Dabei ist die verkehrliche Erreichbarkeit Bremens als sehr gut zu bezeichnen. Im Süden Bremens befindet sich der internationale Flughafen Bremen mit diversen Direktverbindungen in das In- und Ausland, der Hauptbahnhof ist ein Fernverkehrsknoten mit Verbindungen von Hamburg bis ins Ruhrgebiet, nach Bremerhaven, nach Hannover, nach Oldenburg und nach Leer. In das Fernverkehrsnetz der Bahn ist Bremen über die ICE-Verbindungen Bremen–München sowie über die IC-Linien Hamburg–Köln und Oldenburg–Leipzig eingebunden. Auf regionaler Ebene bestehen zudem eine Vielzahl an Regionalbahn-Verbindungen sowie Buslinien. Über das Bremer Kreuz, wichtiger Verkehrsknotenpunkt der Autobahnen A27 (Cuxhaven–Bremerhaven–Hannover) und die A1 (Hamburg–Osnabrück–Rheinland) sowie die A28 (Bremen–Oldenburg–Leer) und Bundesstraßen B 6, B 74 und B 75 ist Bremen sehr gut mit dem Pkw auch aus überregionalen Zielen erreichbar.

Bremen ist nicht nur „Stadtstaat“, sondern auch Industrie-, Wirtschafts- und Universitätsstandort mit rund 22.000 Unternehmen und mehr als 325.000 Arbeitsplätzen<sup>5</sup>. Neben den vier Branchenschwerpunkten Luft- und Raumfahrt, Automotive, Windenergie sowie Maritime Wirtschaft und Logistik prägen die Bereiche Handel und Nahrungs-/Genussmittel die Wirtschaftsstruktur der Stadt. Diese Branchen sowie die darin aktiven Unternehmen und Einrichtungen generieren darüber hinaus tourismusrelevante Reiseverkehre und Events.

Gleiches gilt auch für die staatliche Universität Bremen (ca. 19.400 Studierende), die private Jacobs University Bremen (ca. 1.450 Studierende), die staatliche Hochschule Bremen (ca. 8.500 Studierende), die staatliche Hochschule für Künste Bremen (ca. 900 Studierende) sowie auch die außeruniversitären Institute und Forschungseinrichtungen (Fraunhofer-Institut, Max-Planck-Institut, Zentrum für Marine Tropenforschung (ZMT)): sie alle generieren ebenfalls tourismusrelevante Reiseverkehre und Veranstaltungen für und am Standort Bremen – Veranstaltungen mit z. T. internationaler Strahlkraft und Imagewirkung.



Quelle: Statistisches Landesamt Freie Hansestadt Bremen

Mit rund 40 Millionen Tagesbesuchern jährlich in 2018 und in 2019 etwa 2,13 Millionen Hotelübernachtungen (Steigerung ggü. 2014: + 12 %) bei rund 1,16 registrierten Ankünften (Steigerung ggü. 2014: + 15 %) war Bremen unter den Top 10 der beliebtesten Städtedestinationen Deutschlands. Dies ist sie auch noch während und nach Corona, wobei die statistischen Werte der Übernachtungen dabei selbstverständlich in den Jahren 2020/2021 gegenüber den Vorjahren deutlich zurück gegangen ist: nach einem Allzeit-Hoch von 2,35 Mio. Übernachtungen in 2019 fiel das Übernachtungsvolumen in 2021 auf rund 1,34 Mio. Gleichzeitig halbierte sich fast die Anzahl der in den Beherbergungsbetrieben registrierten Ankünfte von knapp 1,26 Mio. in 2019

<sup>5</sup> Quelle: <https://www.wfb-bremen.de/de/page/bremen-in-zahlen>

auf 0,63 Mio. in 2021. Dabei wird die Stadt sowohl von vielen Geschäftsreisenden frequentiert, sie ist aber auch Destination von Privatreisen und Veranstaltungen. Die Tourismusintensität der Stadt Bremen lag 2019 noch bei 4,14, in 2021 dann bei rund 2,4.

Bremen verfügt über eine große Auswahl an Veranstaltungsstätten, Tagungshotels und besonderen Event-Locations. Die größten und bekanntesten dabei sind das Bremer Weserstadion (Fußball) sowie die direkt am Bremer Hauptbahnhof gelegene ÖVB-Arena (Stadthalle) in der neben Konzerten nationaler und internationaler Größen regelmäßig Sportgroßveranstaltungen und Fernsehshows stattfinden. Der variabel nutzbare Innenraum der Arena bietet insgesamt Platz für 14.000 Personen, davon 6.000 Steh- oder 2.500 Sitzplätze im Innenraum und 8.000 Sitzplätze auf sechs Rängen. Im direkten baulichen Anschluss an die Arena befindet sich das Congress Centrum Bremen (Kapazität: 16 Räume für 25 bis 1.600 Personen) sowie die Hallen der Messe Bremen (Kapazität Messe: 7 Hallen von 2.000 bis 10.000 m<sup>2</sup>, einzeln oder in Kombination nutzbar). Unmittelbar neben dem innerstädtischen Hallenensemble befindet sich zudem das 4-Sterne Maritim-Hotel (261 Zimmer), das Dorint Parkhotel (5\*/175 Zimmer) und auch das Kulturzentrum Schlachthof.

Mit diesen und den diversen weiteren Angeboten an Veranstaltungsräumen in unterschiedlichster Größe, Qualität und Ausrichtung bietet Bremen ideale Bedingungen für Veranstaltungen jeglicher Art. Bremen ist Destination regelmäßiger Großkongresse, internationaler Großevents, von Firmenveranstaltungen, Fachmessen und internationalen Live-Entertainment-Shows. Der Veranstaltungsstandort Bremen profitiert dabei von der guten Erreichbarkeit, dem großen Einzugsgebiet, dem vielfältigen Angebot an Veranstaltungsorten, dem breiten und gut ausgebauten Hotelangebot sowie der kompakten Anordnung/Nähe der veranstaltungsrelevanten Infrastruktur im Innenstadtbereich.

- ▶ Bremen ist grundsätzlich im (über)regionalen Kontext der „Platzhirsch“ und damit ein sehr starker und äußerst relevanter Wettbewerber der Veranstaltungsdestination Wilhelmshaven.
- ▶ Im regionalen Kontext ist die Wettbewerbssituation eher weniger relevant, da die Distanz zu Wilhelmshaven auf regionaler Ebene eine Differenzierung und unabhängige Betrachtung zulässt. Während der Standort Bremen aufgrund standort- oder infrastrukturbezogener Aspekte für Messen, MICE-Veranstaltungen oder Firmenevents ohnehin Vorteile aufweist, ist es denkbar/nicht unüblich, dass Veranstaltungen aus dem Live-Entertainment-Segment an beiden Standorten gastieren/durchgeführt werden. Hier ist die Wettbewerbssituation Bremen/Wilhelmshaven mit Ausnahme der Künstler/Produktionen der „A-Kategorie“ weniger stark ausgeprägt mit Chancen für den Standort Wilhelmshaven und eine neue Stadthalle.



### 1.4.3 Bremerhaven

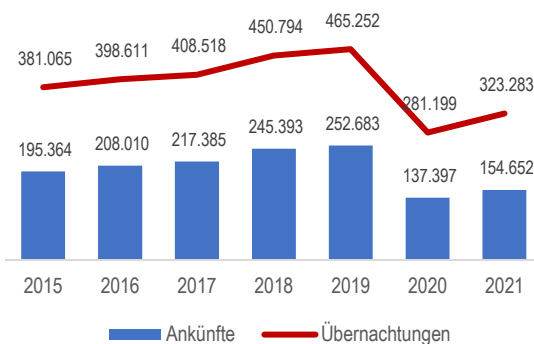
Die kreisfreie, ca. 55 Kilometer nördlich von Bremen gelegene Stadt Bremerhaven gehört mit Bremen zum Land Freie Hansestadt Bremen. Mit rund 113.200 Einwohner (2022) nimmt sie zwar die Funktion eines Oberzentrums in der Region Cuxhaven/nördliches Weser-Elbe-Dreieck ein, die Stadt musste aber in den letzten 10-20 Jahren einen deutlichen Rückgang in der Bevölkerungsentwicklung sowie Strukturwandel durchleben – von der Industrie- zur Dienstleistungs- und Wissensstadt.

Bremerhaven verfügt über diverse Anbindungen an die unterschiedlichen Verkehrswege und ist über diese erreichbar. Mit dem Pkw ist die Stadt aus Richtung Süden über die A 27 in ca. 45 Minuten Fahrtzeit von Bremen aus anfahrbar, zudem führen die Bundesstraßen B 6, B 71 und B 212 durch das Stadtgebiet. Mit der

Realisierung der geplanten Küstenautobahn A20/A 22 zwischen Skandinavien/Polen und den Niederlanden über Hamburg und Bremerhaven wird Bremerhaven zukünftig an einer leistungsstarken Ost-West-Verkehrsachse liegen. Per Schiene ist Bremerhaven über zwei Regional-Express-Linien und die Regio-S-Bahn Bremen/Niedersachsen nach Bremen an das Schienennetz der Deutschen Bahn angebunden. Weitere Fernbahnverbindungen bestehen aus Bremerhaven direkt heraus nicht. Der Flughafen Bremen liegt ca. 50 Autofahrminuten von Bremerhaven entfernt.

Bremerhaven ist die größte Stadt an der deutschen Nordseeküste, Europas viertgrößter Containerhafen, einer der weltweit bedeutendsten Automobilumschlagshäfen, ein führendes Kompetenzzentrum der Offshore-Windenergie auf europäischer Ebene sowie der wichtigste Fischereihafen Deutschlands. Die Stadt ist Sitz bekannter Unternehmen der Fisch- und Lebensmittelwirtschaft, der Hochschule Bremerhaven und mehrerer Institute und Technologiezentren. Im 30-Kilometer-Umkreis lebten 2022 rund 288.200 Personen, die z. T. aus beruflichen und privaten Gründen nach Bremerhaven pendeln.

Entwicklung Ankünfte/Übernachtungen Stadt Bremerhaven



Entwicklung Hotelangebote Stadt Bremerhaven



Quelle: Statistisches Landesamt Freie Hansestadt Bremen

Ein weiteres Standbein und neuer Wirtschaftsfaktor für Bremerhaven ist zudem der maritime Tourismus, der in den letzten Jahren (vor und vor allem nach Corona) für die Stadt zunehmend an Bedeutung gewonnen hat. So wurden im Zeitraum 2015 bis 2019 knapp 30 % mehr Ankünfte und rund 22 % mehr Übernachtungen in den Beherbergungsbetrieben registriert. 2021 nahm gegenüber 2020 das Übernachtungsvolumen wieder um 15 %, das Volumen der Ankünfte um 13 % zu. Die Tourismusintensität Bremerhavens liegt zuletzt bei 2,86 (2021) – höher als der Wert Bremens und ein Indikator für die Relevanz des Tourismus für die Stadt.

Zentrales Veranstaltungszentrum der Stadt ist noch die Stadthalle, die durch die städtische Veranstaltungs- und Messe GmbH betrieben wird. In der Halle, deren Betriebserlaubnis 2023 ausläuft und über deren Sanierung oder einen Ersatzneubau gerade diskutiert wird, finden Konzerte, Shows, Musicals, Comedy, Bälle und Partys, Kongresse, Tagungen und Messen sowie regelmäßig Sportevents (Basketball, Fußball, Tanzen) mit jährlich circa 200.000 Besuchern statt. Die Halle kann variabel bestuhlt werden und bietet Platz für bis zu 5.500 Zuschauer auf 3 Galerien und in VIP-Lounges. Zusätzlich stehen das Restaurant mit 150 Plätzen sowie separate Tagungs- und Seminarräume verschiedener Größen zur Verfügung. Zum Veranstaltungszentrum gehört zudem die Eisarena Bremerhaven direkt neben der Stadthalle, die mit einer Sitzplatzkapazität für bis zu 4.650 Plätzen ebenfalls für Veranstaltungen genutzt wird (Sport, Kongresse, Messen).

Für klassische Theater- und Konzertveranstaltungen, für kleinere Comedy, Kabarett- und Musikevents stehen in Bremerhaven u. a. das Stadttheater, das Theater im Fischereihafen, das Capitol und weitere Locations zur Verfügung. Der Veranstaltungsstandort Bremerhaven bedient dabei sowohl das lokale Umfeld der Stadt als aber auch die Region. Eine Kurzbetrachtung der Veranstaltungsportfolios einzelner Häuser zeigt, dass einzelne Künstler/Produktionen aus dem Live-Entertainment-Bereich sowohl in Bremerhaven als aber auch in Bremen und Oldenburg gastieren.

► Aufgrund der regionalen Nähe ist Bremerhaven grundsätzlich ein Wettbewerber der Veranstaltungsdestination Wilhelmshaven, insbesondere bei Messen und MICE-Events.



- ▶ Dabei ist die Wettbewerbssituation Bremerhavens zu Wilhelmshaven im regionalen Kontext in Bezug auf Live-Entertainment-Events weniger relevant, da auch hier die Distanz zu Wilhelmshaven eine Differenzierung und unabhängige Betrachtung zulässt. Bremerhaven und Wilhelmshaven können beide – unabhängig und z. T. auch zusätzlich zu den Standorten Bremen und Oldenburg – Standorte von Veranstaltungen aus dem Live-Entertainment-Segment sein – eine Chance für Wilhelmshaven und eine neue Stadthalle.



#### 1.4.4 Emden

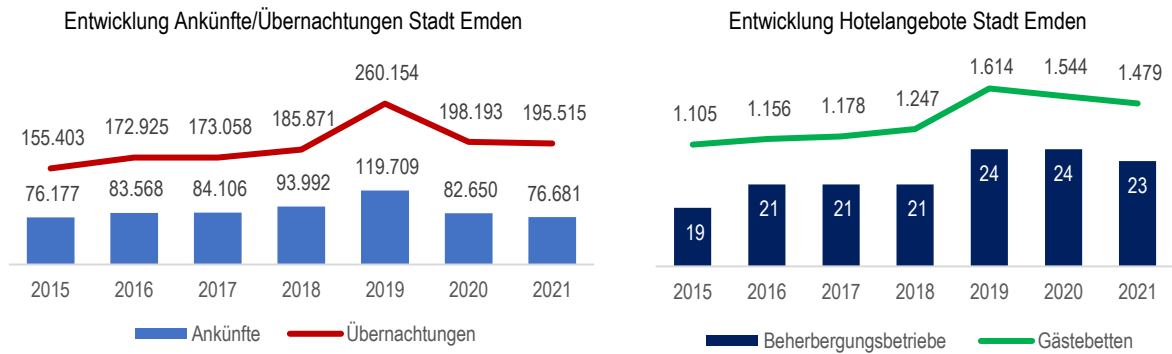
Knapp 80 Kilometer westlich von Wilhelmshaven entfernt liegt die kreisfreie, nordfriesische Stadt Emden. Mit knapp 50.500 Einwohnern (2022) ist Emden nach Wilhelmshaven die zweitgrößte Stadt an der niedersächsischen Küste und wird als Mittelzentrum mit oberzentralen Teilfunktionen ausgewiesen. Das unmittelbare Einzugsgebiet im 30-Kilometer-Radius umfasst rund 208.000 Personen (2022), wobei die Stadt im relevanten Wettbewerb zu den nahegelegenen Städten Aurich und Leer steht.

Emden ist mit dem Pkw über die A 31 nach Leer (ca. 30 Minuten Fahrzeit/33,5 Kilometer) und von dort über die A 28 von Oldenburg aus erreichbar. Die Bundesstraße 210 beginnt in Emden und führt in West-Ost-Richtung quer durch Ostfriesland über Aurich, Wittmund und Jever nach Wilhelmshaven. Es besteht ein Anschluss an das Schienennetz der Deutschen Bahn, vom Hauptbahnhof Emden aus werden IC- und Regionalbahnverbindungen in Richtung Luxemburg bzw. Stuttgart (über Münster, Ruhrgebiet und Köln) sowie nach Berlin/Cottbus und Leipzig (über Bremen und Hannover) sowie nach Oldenburg angeboten. Die nächstgelegenen größeren Verkehrsflughäfen sind Bremen (ca. 130 Kilometer), Münster/Osnabrück (ca. 200 Kilometer) sowie Hamburg (ca. 260 Kilometer).

Als Wirtschafts- und Arbeitsort hat Emden eine wesentliche Bedeutung für die gesamte Region. Die drei relevantesten Wirtschaftszweige sind der Automobilbau, der Tourismus die regenerativen Energien. Der Emdener Hafen ist der drittgrößte und der westlichste deutsche Nordseehafen (Umschlag von rund 1,1 Mio. Fahrzeugen (2022) zzgl. Forstprodukte, Baustoffe und Windenergieanlagen – insgesamt rund 4 Mio. Tonnen). Größter und wichtigster Arbeitgeber in der gesamten Region ist das Volkswagenwerk, in dem rund 9.000 Mitarbeiter beschäftigt sind (Ende 2021). Hinzu kommen eine Vielzahl an Automotive-Zulieferern und Hafendienstleister, die von dem Werk abhängig sind. Weitere wichtige Branchen und Arbeitgeber am Standort Emden sind Unternehmen des Bausektors, des Maschinenbaus und der Lebensmittelindustrie. Die Hochschule Emden/Leer hat in Emden ihren Hauptsitz, in 36 Studiengängen studieren am Standort Emden rund 4.000 Studenten.

Der Tourismus ist ein weiterer, wichtiger Wirtschaftsfaktor in Emden. So zieht die Stadt jährlich eine Vielzahl an Tagestouristen an, die im Rahmen eines Urlaubes an der Küste Emden besuchen. Darüber hinaus konnte die Stadt in den letzten Jahren im Zeitraum 2015 bis 2019 einen Zuwachs an registrierten Ankünften (+57 %) und Übernachtungen (+ 67 %) in den Beherbergungsbetrieben verzeichnen. In 2020/2021 sind die Ankünfte dagegen um 7 %, die Übernachtungen um 1% zurückgegangen. Der Indikator der Tourismusintensität beläuft sich für die Stadt Emden in 2021 auf 3,95.





Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen

Wesentliche Veranstaltungsorte in Emden sind das Neue Theater und die Nordseehalle, die ein Angebotspektrum vom Schauspiel, Opern, Operetten, Konzerten, Musiktheater, Musicals und Comedy über Jugend- und Laientheater bis Messen und Tagungen bieten. Hinzu kommen Konzerte vorwiegend im Bereich Rock/Pop im Kulturzentrum Alte Post und im Bereich Klassik in der Johannes á Lasco-Bibliothek.

Die 1972 erbaute und dem Kulturbüro der Stadt betriebene Veranstaltungs- und Mehrzweckhalle „Nordseehalle“ ist die größte ihrer Art in Ostfriesland. Sie bietet barrierefrei auf rund 3.210 m<sup>2</sup> Platz für knapp 2.600 Personen bei Reihenbestuhlung bzw. unbestuhlt für ca. 5.500 Personen. Die Halle bietet zudem drei kombinierbare Konferenzräume sowie einen Künstlergarderobentrakt. Sie wird dabei primär für Live-Entertainment-Produktionen sowie für Sport- und Messe-Events genutzt.

Das Neue Theater, eigentlich Aula der benachbarten Schule, ist eine weitere, regional bekannte und beliebte Veranstaltungsstätte, in der neben klassischen Kulturprogrammen auch private Events stattfinden. Nach Betreiberangaben finden im Theater, das bei Schauspiel-Produktionen Platz für 680 Personen (Reihenbestuhlung) und bei Musiktheater-Produktionen für 600 Personen bietet, jährlich über 100 Veranstaltungen mit jeweils bis zu 680 Besuchern statt (vor Corona, aktuelle Werte liegen nicht vor).

- ▶ Aufgrund der geographischen Lage bzw. Nähe ist Emden grundsätzlich ein Wettbewerber der Veranstaltungsdestination Wilhelmshaven auf regionaler Ebene, insbesondere bei Live-Entertainment-Produktionen.
- ▶ Aber auch gegen Emden sprechen die Aspekte Erreichbarkeit und Einzugsgebiet auf regionaler/überregionaler Ebene, so dass Messen und MICE-Events primär lokalen, standortbezogenen Ursprung haben dürften – wenig relevanter Wettbewerb für Wilhelmshaven und eine neue Stadthalle. Bei Live-Entertainment-Produktionen dagegen wird eine relevante Wettbewerbssituation zwischen Wilhelmshaven und Emden (sowie auch z. T. zu Aurich) gesehen.



#### 1.4.5 Aurich

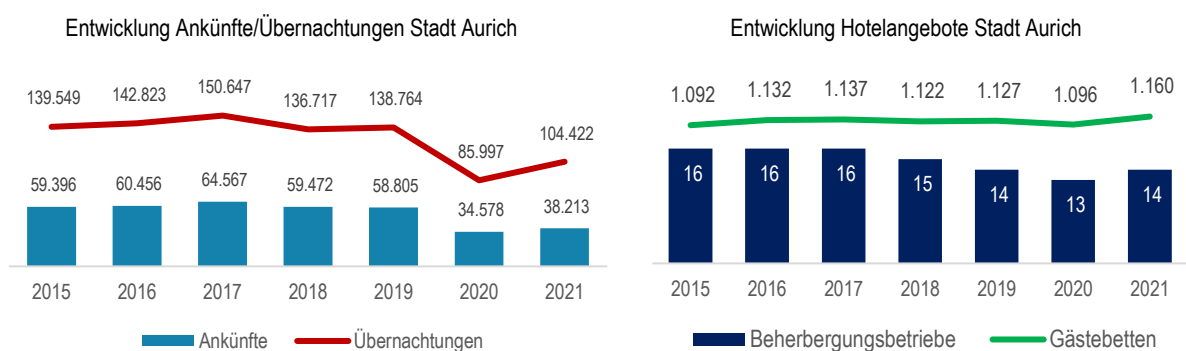
Zwischen Emden und Wilhelmshaven, ca. 50 Kilometer westlich von Wilhelmshaven und 27 Kilometer östlich von Emden entfernt liegt die knapp 42.800 Einwohner große Kreisstadt Aurich (2022). Als Sitz zahlreicher Behörden einst als „Schreibtisch Ostfrieslands“ bekannt, hat sich spätestens seit der Ansiedlung eines der weltweit führenden und größten Windenergieanlagenhersteller in den 1990er-Jahren („Enercon“) das Image und die Wirtschaftsstruktur des Mittelzentrums Aurichs verändert.

Der Wirtschaftsstandort Aurich wurde auch auf politischer Ebene in den letzten Jahren erheblich gefördert – es wurden mehrere Projekte zur weiteren Verbesserung der verkehrstechnischen Infrastruktur und Anbindung Aurichs an das regionale Straßen- und Wasserwegenetz realisiert. Dabei ist Aurich nicht direkt über Bundesautobahn anfahrbar, die Bundesstraßen 210 (Emden–Wilhelmshaven) und 72 (Norddeich–Schneiderkrug im Landkreis Cloppenburg) verlaufen durch die Stadt und führen in deren Verlängerung auf die A 28 (Bremen-Oldenburg-Leer). Eine Bahnverbindung für den Personenverkehr nach/von Aurich gibt es nicht, die nächstgelegenen Bahnhöfe befinden sich in Marienhafe (ca. 18 Kilometer) und in Emden. Dafür aber führen diverse Regionalbuslinien in die umliegenden Nachbarstädte wie Emden, Norden, Leer und Wilhelmshaven, von wo aus regionale und überregionale Verkehrsmittelverbindungen bestehen.

Trotz dieser erheblichen Schwäche des Standortes Aurich reicht das Einzugsgebiet der Stadt weit über die Stadt hinaus. Die Stadt ist nicht nur Arbeitsstandort für eine Vielzahl an Arbeitnehmern aus der Region, sie ist auch durch ihre zentrale Lage innerhalb Ostfrieslands regional frequenter Einkaufsstandort. In einem 30-Kilometer-Umkreis leben rund 305.000 Personen (2022). Dabei profitiert Aurich im Vergleich zu bspw. Emden, Wilhelmshaven oder Bremerhaven davon, dass sie von allen Seiten anfahrbar und nicht durch geographische/natürliche Gegebenheiten begrenzt ist.

Die Wirtschafts- und Unternehmensstruktur Aurichs wird von Unternehmen aus den Branchen Elektrotechnik und Maschinenbau geprägt. Zu den weiteren in der Stadt ansässigen Branchen gehören Unternehmen im Sektor Stahl- und Metallbau sowie der Nahrungsmittelindustrie. Der Windenergieanlagen-Hersteller Enercon zählt mit rund 850 Mitarbeitern nach der Ubbo-Emmius-Klinik (1.300 Mitarbeiter) zu den größten Arbeitgebern der Stadt. Weitere, größere Arbeitgeber sind die Sparkasse Aurich-Norden (450 Mitarbeiter), die Rolf Janssen GmbH (Elektrotechnik/400 Mitarbeiter) und die Rucker GmbH (Molkerei/ca. 350 Mitarbeiter).

Bedingt durch die Nähe zur Küste hat sich Aurich auch als Tourismusstandort entwickelt. So ist der Tourismus in Aurich mittlerweile ein wichtiger Wirtschaftsfaktor für die Stadt und den Landkreis Aurich. Zahlreiche Kirchen, Burgen, Schlösser, historische und technische Denkmäler sowie reizvolle Naturlandschaften bieten Gästen im Stadtgebiet und im Landkreis diverse Ziele und Erlebnisse. Dabei weisen die statistisch erfassten Ankünfte und Übernachtungen in den Auricher Beherbergungsbetrieben in den Jahren vor Corona bereits eine negative Entwicklung auf – ein Rückgang der Ankünfte von 2014 bis 2019 von – 3,5 % und -6 % bei den Übernachtungen. In den Jahren 2020/2021 nahmen die Ankünfte um 10,5 %, die Übernachtungen wieder um über 21 % zu – insgesamt aber auf einem Level deutlich unter den vor-Corona-Jahren, Die Tourismusintensität Aurichs beläuft sich in 2019 noch auf den Faktor 3,3, in 2021 auf 2,45.



Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen

Die 2009 in Betrieb genommene Sparkassen-Arena ist eine in der Region einzigartige, hochwertige und moderne Multifunktionshalle mit einer Nutzfläche von 1.700 m<sup>2</sup> und einer Kapazität bei unbestuhlten Konzerten für bis zu 3.200 Besucher. Die Arena ist auf dem neuesten Stand der Veranstaltungstechnik und multifunktional nutzbar, sie bietet durch eine flexible Raumgestaltung und einen speziellen Schutzboden vielfältige Nutzungsmöglichkeiten – für Konzertproduktionen, Unterhaltungsshows, Messen, Sportveranstaltungen, Vorträge, Produktpräsentationen, Ausstellungen sowie Events aller Art.

Auch die Stadthalle, die eine Kapazität für ca. 1.200 Stehplätze oder aber rund 800 Sitzplätze bei Reihenbestuhlung in der Kombination großer/kleiner Saal bietet, ist eine beliebte und häufig genutzte Veranstaltungslocation in Aurich. So finden hier Privatveranstaltungen (z. B. Hochzeiten, Geburtstags- und Weihnachtsfeiern) aber auch Tagungen, Fachmessen und Seminare statt. Zudem wird die Stadthalle von der Landesbühne Niedersachsen Nord, die über das Jahr verteilt etwa zehn Inszenierungen in der Stadt präsentiert sowie auch vom Ohnsorg-Theater als Spielort genutzt.

- ▶ Aurich ist bedingt durch die geographische Lage bzw. Nähe grundsätzlich ein Wettbewerber der Veranstaltungsdestination Wilhelmshaven (sowie auch z. T. zu Emden) auf regionaler Ebene, insbesondere bei Kultur- und Live-Entertainment-Produktionen.
- ▶ Die schwierige Erreichbarkeit insbesondere spricht dabei gegen den Veranstaltungsstandort Aurich, andererseits bietet die Sparkassen-Arena ein großes und vielseitig nutzbares Raumangebot, welches mit einer neuen Stadthalle Wilhelmshaven im direkten Wettbewerb stehen wird.
- ▶ Auch die Stadthalle Aurich ist ein Wettbewerber einer neuen Stadthalle Wilhelmshaven in bestimmten Teilsegmenten – bei kleineren und mittelgroßen Kultur-, Gesellschafts- und MICE-Veranstaltungen von Veranstaltern (Unternehmen, Einrichtungen etc.) mit regionalem Bezug.



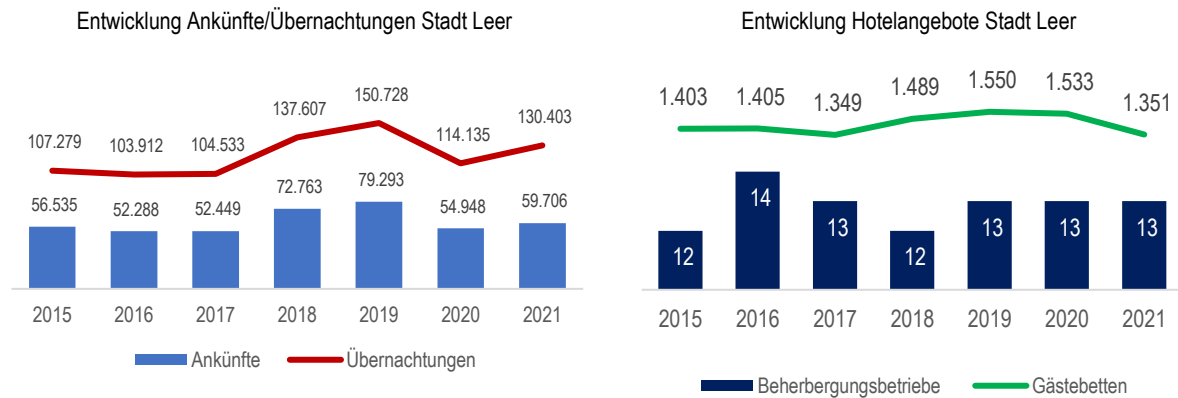
#### 1.4.6 Leer

Die Kreisstadt Leer ist mit knapp 33.500 Einwohnern (2022) nach Emden und Aurich die drittgrößte Stadt Ostfrieslands. Sie liegt ca. 65 Kilometer südwestlich von Wilhelmshaven, knapp 30 Kilometer südöstlich von Emden und gilt als die wichtigste Einkaufsstadt Ostfrieslands mit Mittelzentrumsfunktion.

Die Autobahnen A 28 ((Bremen – Oldenburg – Leer) und A31 (Emden – Leer – Bottrop) schließen Leer an das überregionale Fernstraßennetz an. Hinzu kommen die Bundesstraßen 70 und 436, das Leer mit dem Umland verbinden. Die Bahnstrecken Norddeich-Rheine und Groningen-Emden-Oldenburg kreuzen sich im IC-/EC-Bahnhof Leer, einem wichtigen Eisenbahnknotenpunkt für Ostfriesland, so dass die Stadt auch per Bahn über eine Anbindung verfügt.

Leer ist seit Jahrhunderten durch ihren Seehafen vom Handel geprägt. Hinzu kommt das Reederei-, Schiffs- und Werftenwesen, bei dem Leer gemeinsam mit den Städten Haren (Ems) und Papenburg seit Jahrzehnten eine besondere Rolle einnimmt. So zählen beispielsweise die Reedereistandorte Leer und Haren (Ems) zu den größten in Deutschland, zahlreiche Unternehmen mit hochqualifizierten Arbeitsplätzen sind u. a. in Leer in den letzten Jahren entstanden. Die Stadt ist aber zudem starker Einzelhandels- sowie Dienstleistungsstandort mit Unternehmen aus der IT-Branche.

Im touristischen Kontext gilt Leer, auch „Tor Ostfrieslands“ genannt, als gemütliche Stadt und attraktive Destination. Die Altstadt hat die Einkaufsstadt Leer überregional bekannt gemacht. Im Zeitraum 2015 bis 2019 verzeichneten die Beherbergungsbetriebe der Stadt einen Zuwachs von + 40 % bei den registrierten Ankünften und + 41 % bei den Übernachtungen. Danach erfolgte der coronabedingte Einbruch in 2020. 2021 wuchs die Anzahl der Ankünfte gegenüber dem Vorjahr um 9 %, die Anzahl der Übernachtungen um 14 %. Die Tourismusintensität liegt 2021 bei knapp 3,72.



Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen

Größte Veranstaltungsstätte der Stadt Leer ist die Ostfriesenhalle, in der neben Viehauktionen auch Party-events und Flohmärkte stattfinden. Darüber hinaus stehen in Leer das Theater an der Blinke (Kapazität: 735 Sitzplätze), das Zollhaus (Kapazität: ca. 400 m<sup>2</sup>/250 Sitzplätze) und der Kulturspeicher (Kapazität: 200 m<sup>2</sup>/150 Sitzplätze) für Konzerte, Lesungen, Comedy-Acts etc. zur Verfügung.

- ▶ Aufgrund der geographischen Nähe ist Leer zwar grundsätzlich ein Wettbewerber der Veranstaltungsdestination Wilhelmshaven, aufgrund der Stadtgröße und dem fehlenden Angebot für größerer Veranstaltungen jedoch nicht.



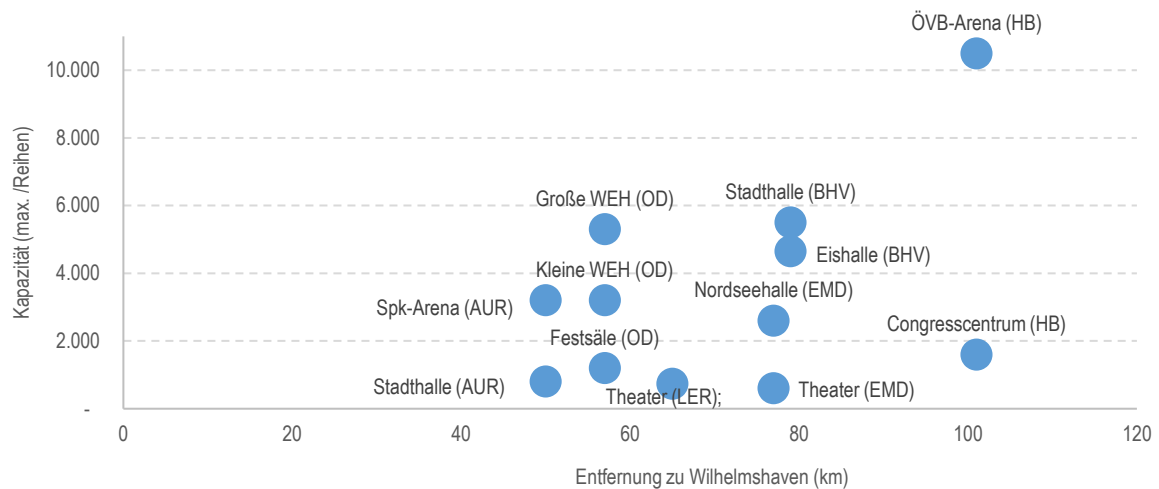
#### 1.4.7 Kernergebnisse der Wettbewerbsbetrachtung

Die Betrachtung der Grundlagen/Rahmenbedingungen und Angebote anderer Städte im regionalen Umkreis Wilhelmshavens zeigt, dass die weitere Entwicklung des Veranstaltungsstandortes Wilhelmshaven und dessen Angebots als Standort für Veranstaltungen aus den diversen Branchen und Bereichen und als Destination von Gästen/Teilnehmern dieser Veranstaltungen auf lokaler, regionaler und überregionaler Ebene herausfordernd wird.

Im näheren Umkreis Wilhelmshavens (bis ca. 50 km) gibt es keine Stadthallen oder Veranstaltungshäuser, die in den direkten Wettbewerb mit einer neuen Stadthalle in Wilhelmshaven treten. In dem Hallengrößen-segment, in dem sich auch eine neue Stadthalle bewegen sollte (ca. 1.500 bis 2.000 Besucher (Reihe)) ist dabei das Spektrum an Wettbewerbslocations mit entsprechenden Nutzungsprofilen sehr überschaubar – die Sparkassen-Arena in Aurich und die kleine Weser-Ems-Halle in Oldenburg wären dabei im Segment der Live-Entertainment-Veranstaltungen die relevantesten Wettbewerber, die Nordseehalle in Emden in erweitertem regionalen Kontext, die große Weser-Ems-Halle in Oldenburg oder die Stadthalle in Bremerhaven im Hinblick auf größere Kulturveranstaltungen mit Einzugswirkungen in das regionale Umfeld.

Keine der hier betrachteten Häuser/Hallen ist dabei als „ideale“ Veranstaltungslocation zu bewerten, jede Halle weist gewisse Kernausrichtungen, Stärken und auch Schwächen auf, die sich auf deren Nutzung, deren Vermarktung und/oder deren Betrieb auswirken. Locationbezogene Schwächen, wie z. B. Raumprogramme, Ambiente und Verfügbarkeiten aufgrund von Nutzungsüberschneidungen (z. B. Sport vs. kommerzielle Live-Entertainment-Veranstaltungen vs. gesellschaftliche Events) oder standortbezogene Schwächen, wie z. B. Erreichbarkeiten und Rahmenangebote.





Quelle: Research BEVENUE

Im Umland bis rund 50 km um Wilhelmshaven kann demzufolge von einer „Angebotsschwäche“ im Hinblick auf eine moderne, multifunktionale Halle für Live-Entertainment-, MICE- und Gesellschaftsveranstaltungen für bis 1.500 – 2.000 Personen in bestuhelter Form mit den entsprechend notwendigen Nebenflächen, der technischen Ausstattung sowie den logistischen und umfeldbezogenen Rahmenbedingungen gesprochen werden. Diese Angebotslücke könnte eine neue Stadthalle mit dem angestrebten Größensegment bedienen, mehr noch, mit einer derartigen Dimensionierung würde die Stadthalle ein gewisses Alleinstellungsmerkmal im regionalen Markt aufweisen und somit erhöhte Nutzungs-/Vermarktungschancen haben.

Grundsätzlich dabei gilt, dass eine gewisse Hallengröße erforderlich ist (> 1.000 Personen (Reihe), um überhaupt für Künstler und Produktionen der B- und C-Kategorie als Spielort für ihre Konzerte, Shows etc. in Frage zu kommen. Gleichzeitig aber sollte eine neue Halle am Standort Wilhelmshaven nicht darüber hinaus gehende Maße und Raumkapazitäten anbieten, da der Markt aufgrund der geographischen Nähe zu Bremen, Bremerhaven und Oldenburg zu nahe ist, um das Haus regelmäßig und dauerhaft mit entsprechenden Produktionen füllen und damit wirtschaftlich in gewissen Rahmen betreiben zu können. Hier ist „Augenmaß“ gefragt und kein „Wunschdenken.“ Neben Investitionskosten bedeuten jeder Quadrat- und Kubikmeter einer neuen Stadthalle von der Stadt zu tragende Betriebskosten.

Hinzu kommt der auch in anderen Häusern für den Erfolg/Misserfolg wesentliche Aspekt des Betreibers bzw. des Betreiberteams. Das Netzwerk, die Erfahrung und die Kompetenz der auf der Betreiberseite handelnden Personen haben neben dem Preismodell wesentlichen Einfluss auf die Inhalte und Programme sowie die damit verbundenen Künstler und Produktionen, die für ein Haus gewonnen werden können.

Um eine neue Stadthalle Wilhelmshaven auf dem Markt und bei den relevanten Zielveranstaltungen sowie Zielkunden platzieren zu können, sind demzufolge neben den Investitionen in die Immobilie (und deren Umfeld/Infrastruktur) dauerhaft erhebliche finanzielle Mittel/Budgets in den Bereichen Betrieb (Personal!), Vermarktung und Marketing erforderlich! Hinzu kommen weitere, zu initierende bzw. zu verstärkende Maßnahmen zur Vermarktung des Hauses, der Markenbildung und des Stadt-/Destinationsmarketings für die ebenfalls entsprechende Ressourcen (Zeit, Personal, Finanzmittel) bereitzustellen sind.

Nur durch die Bereitstellung einer neuen Veranstaltungshalle ist deren Bekanntheit, Betrieb und die Nachfrage nach Veranstaltungskapazitäten von bekannten Künstlern und Produktionen sowie nach Tagungs- und Eventkapazitäten durch Unternehmen und Organisationen aus dem regionalen Umfeld nicht automatisch gewährleistet (Angebot  $\neq$  Nachfrage). Sie müssen vielmehr aktiv und umfangreich vermarktet, professionell betrieben sowie mit marküblichen Rahmenangeboten ergänzt werden (z. B. ÖPNV, Parken, Gastronomie, Serviceleistungen etc.).

Die Attraktivität, Vermarktbarkeit und der Erfolg einer Veranstaltungsstätte hängt von all diesen Faktoren ab – wird ein Faktor verändert, betrifft dieser automatisch auch andere Bereiche.



## 2 ALLGEMEINE MARKT- / BRANCHENENTWICKLUNG RELEVANTER VERANSTALTUNGSSEGMENTE – VOR UND NACH CORONA

### 2.1 Allgemeine Entwicklung des Veranstaltungsmarktes

Die marktlichen bzw. marktbasieren Grundvoraussetzungen der Veranstaltungsbranche waren bis Anfang März 2020, also vor den coronabedingten Auflagen und Einschränkungen für die Veranstaltungsbranche, in allen relevanten Marktsegmenten (Live-Entertainment (Konzerte, Shows etc.), MICE (Meetings, Incentives, Conferences and Events), Gesellschaft, Sport und Messen) äußerst positiv. Der Veranstaltungsmarkt boomte, er wuchs bis dahin in allen Segmenten und Ausprägungen, weltweit. Dies bestätigten diverse Studien und Untersuchungen sowohl von Branchen- und Fachverbänden, aber auch von globalen Research-Abteilungen renommierter Unternehmen wie z. B. Goldman Sachs und PricewaterhouseCoopers. Generell wirkte sich in der Vor-Coronazeit die gute Stimmung in der Wirtschaft und auf dem Arbeitsmarkt positiv sowohl auf das unternehmens-/verbands-initiierte Veranstaltungswesen bei beruflich motivierten Veranstaltungen (z. B. Meetings, Tagungen, Kongresse, Messen) als auch auf den privaten Konsum und somit auch auf den zuschauerbasierten Live-Entertainment-, Gesellschaftsevents- und Sport-Markt aus.



Mit der Corona-Pandemie in 2020 kam dann der Einbruch der gesamten Veranstaltungsbranche. Monatelange Lockdowns, auflagenbedingte Kapazitätsbeschränkungen und strenge Hygienevorschriften führten zwangsläufig zu geringeren Veranstaltungs- und Besucherzahlen. Gleichzeitig hat die Pandemie die Digitalisierung v. a. von MICE-Veranstaltungen vorangetrieben. Besucherbegrenzungen, Reiseeinschränkungen hatten kleinere und regionalere Veranstaltungen zur Folge. Mittlerweile gehen Experten wie das GCB, der EVVC und American Express Meetings & Events davon aus, dass sich die Veranstaltungsbranche in den kommenden Monaten erholt. Zu welchem Zeitpunkt dies sein wird und ob bzw. in welchem Ausmaß das vorpandemische Niveau erreicht wird, steht auch unter dem Einfluss makro-ökonomischer, politischer und auch gesellschaftlicher Entwicklungen (Stichwort: Inflation, Ukraine-Krise, Klimaproteste, Home-Office-Möglichkeiten, „Vereinssterben“ etc.).

Weltweit waren vor und sind auch nach Corona die USA der größte und wichtigste Markt für Veranstaltungen. In Europa ist Großbritannien im Bereich Live-Entertainment gemessen an den Umsatzzahlen die Nummer 1, Deutschland die Nummer 2. Gemessen an der Anzahl der Veranstaltungen in diesem Segment ist aber Deutschland die Nummer 1. Im sonstigen Eventwesen (MICE, Messen, Sport, Gesellschaft) dagegen ist Deutschland seit Jahren unangefochten und mit Abstand in Europa auf Platz 1, weltweit nach den USA auf Platz 2. Die hohe Bevölkerungs- und Siedlungsdichte, insbesondere in den großen Ballungsgebieten und Metropolregionen, hohe Kaufkraft- und Konsumwerte, die sehr gut ausgebaute Verkehrsinfrastruktur (Stichwort: Erreichbarkeit/Mobilität) sowie das breite und differenzierte Angebot an Mehrzweck-, Veranstaltungs- und Sportlocations sind dabei die wesentlichen Aspekte, die Deutschland zu diesem äußerst relevanten Standort bzw. Markt für Live-Musik- und Showevents sowie auch für Sport-, MICE- und Firmenevents gemacht haben.

Dabei galt und wird auch zukünftig gelten, dass das bloße Angebot einer Veranstaltungsinfrastruktur – von Räumen und Flächen – nicht automatisch eine entsprechende Nachfrage hiernach generiert (kein Selbstläufer)! Es ist vielmehr ein auf die jeweilige Location, dessen Infrastruktur und Rahmenbedingungen, das individuelle Standort- und Marktumfeld und die Zielkundengruppen abgestimmtes Angebots-, Marketing- und Vertriebskonzept mit entsprechenden Etats (Personal, Marketing- und Vertriebsbudget) dauerhaft als Grundlage des Betriebs und der Vermarktung der Locations und Destinationen erforderlich. Erst dadurch können potenzielle Kunden angesprochen und eine entsprechende Nachfrage möglicherweise generiert werden. Eine Garantie für eine belastbare Nachfrage und entsprechende Umsätze ergibt sich aus der Bereitstellung, der Positionierung und der Vermarktung von Veranstaltungskapazitäten sowie von entsprechenden Budgets jedoch auch dann nicht – dies ist die herausfordernde, zeit- und ressourcenaufwendige Aufgabe des Sales-/Betreiberteams einer Location.

Teil dieser Entwicklungen ist der Veranstaltungsmarkt in und um Wilhelmshaven. Dieser Markt umfasst neben der ehemaligen Stadthalle, dem Pumpwerk und den sonstigen, vor Ort vorhandenen Veranstaltungsstätten auch einige Hotels und Gaststätten sowie „Special Eventlocations“, die diesem Marktsegment zuzurechnen sind.

Im Folgenden werden kurz die wichtigsten Entwicklungen in den für Wilhelmshaven und eine neue Stadthalle relevanten Marktsegmenten Live-Entertainment (inkl. Gastspieltheater und Musicals), Gesellschaft sowie MICE dargestellt. Bei diesen Ausführungen handelt es sich aufgrund der großen Marktvielfalt, dem Marktvolumen und -ausprägungen nur um eine grobe Teilmarkt Betrachtung der jeweiligen Gesamtmärkte. Eine grobe Übersicht gibt folgende Auflistung wieder:

1. Live-Entertainment-Veranstaltungen aus dem Unterhaltungs- und Klassik-Segment (U+E-Musik)
  - Tourneeproduktionen internationaler und nationaler Künstler und Gruppen in Stadien, Hallen oder bei Open-Air-Veranstaltungen,
  - Wiederkehrende Theater- und Konzertreihen sowie Comedy-, Musical- und Kleinkunst in städtischen Kulturzentren und Stadthallen.
2. Gesellschaftsveranstaltungen
  - Empfänge, Feste, Privatfeiern (Hochzeiten, Jubiläen, Vereinsfeiern, etc.)
  - Tanz-/Disco-Events (Abi-/Tanzschul-/Abschluss-Bälle, U-40-Events, etc.)
3. MICE-Veranstaltungen (Tagungen (Meetings), Anreiz- und Belohnungsreisen (Incentives), Kongresse (Conventions) und Ausstellungen (Exhibitions))
  - Seminare, Workshops, Präsentationen
  - Kongresse, Tagungen, Konferenzen
  - Versammlungen, Informationsveranstaltungen
  - Kongressmessen

Eine ausführliche und detaillierte Betrachtung dieser und anderer, ggfs. auch für den Standort Wilhelmshaven und eine neue Stadthalle zutreffender Segmente des Veranstaltungsmarktes finden an dieser Stelle bzw. im Rahmen dieser Studie nicht statt, da diese Segmente entweder für die auftragsgegenständliche Betrachtung nicht zutreffen oder aber es schlicht keine Statistiken hierzu gibt.

## 2.2 Einzelbetrachtung: Live-Entertainment-Markt

Der Live-Entertainment-Markt ist ein stark konjunkturabhängiges Segment des Veranstaltungsmarktes, das kurzfristig und umfassend auf makro- und mikroökonomische, aber auch auf gesellschaftliche sowie politische Ereignisse und Entwicklungen reagiert. Er ist stark von der Allokation und Möglichkeiten der Konsumausgaben der privaten Haushalte abhängig.



Als Folge der gesamtwirtschaftlichen Situation bzw. deren Entwicklung stellte sich der Live-Entertainment-Markt in den Jahren vor Corona äußerst positiv dar. Nach den gesamtwirtschaftlich schwierigen Jahren 2008/2009 (US-/EURO-Finanzkrise) und 2010/2011 (Griechenland-Krise), die sich mit einer Verzögerung von rund 12 bis 18 Monaten auch in der Veranstaltungsbranche widerspiegeln, wies der Live-Entertainment-Markt in Deutschland seit 2013 wieder sehr positive Umsatz- und Besucherzahlen auf. Nicht aber erst seit der Coronakrise, sondern auch schon davor waren allerdings strukturelle Veränderungen zu beobachten: das Volumen an Tournee- und Konzertveranstaltungen sowie die dadurch erzeugten Umsätze durch Ticketverkäufe, Gastronomieumsätze etc. steigen, ebenso die Ticketpreise per se. Besucherzahlen und die Zahl verkaufter Tickets pro Veranstaltung dagegen sanken und sinken seit dem (Folge der Ausgabenbereitschaft und -möglichkeiten von Privathaushalten sowie veränderten Freizeitverhalten/-ansprüchen).

Die Erhöhung der Ticketpreise resultiert dabei im Wesentlichen aus stetig steigenden Produktionsaufwänden und steigenden Durchführungskosten, gepaart mit wachsenden Einnahmenerwartungen der Künstler infolge rückläufiger/entfallener Einnahmen aus Tonträgerverkäufen. Weitere Aspekte wie z. B. verschärfte Hygiene-, Abstands- und Sicherheitsbestimmungen führen zu entsprechend komplexeren, aufwendigeren Produktionsbedingungen und infolgedessen zu erhöhten Kosten für die Spielstätten, deren Betreiber bzw. Veranstalter, was wiederum zu erhöhten Ticketpreisen führt.

Durch die Verschiebung von der Tonträgerindustrie hin zum Live-Entertainment-Erlebnis, das neben der eigentlichen Kernveranstaltung (z. B. Konzert) von Kunden- und Veranstalterseite um weitere Aspekte wie z. B. Gastronomie, Anreise, Rahmenangebote erweitert wahrgenommen wird (Stichwort: „Eventisierung“), hatte sich der Stellenwert des Konzert- und Tourneegeschäfts in der Vor-Coronazeit nachhaltig etabliert. Events, wie Konzerte, Shows und/oder Musicals entwickelten sich bis dahin immer mehr zu „Erlebnissen“, die durch Social Media-Nachrichten der Besucher auch soziale/gesellschaftliche Wertigkeiten ausdrückten.

Bekannte Künstler und Produktionen verkauften dabei eine bestimmte Anzahl an Auftritten und Tourneetagen an die großen Promoter wie z. B. Live Nation, Anschutz Entertainment Group (AEG), CTS Eventim etc. Diese wiederum buchen den Künstler/Produktionen im Rahmen einer Tournee an verschiedenen Standorten und die dortigen Spielstätten ein. Hier spielte die Größe einer Spielstätte, die Bevölkerungsstärke/-dichte und das Einzugsgebiet sowie auch die Wirtschafts- und Kaufkraft des jeweiligen Standortes und der jeweiligen Region (= Ausgabenbereitschaft, Konsumverhalten) eine wichtige, wenn nicht die ausschlaggebende Rolle bei der Auswahl des Veranstaltungsortes durch die Promoter und sonstige Veranstalter.

In Bezug auf Live-Entertainment-Veranstaltungen, d. h. Konzerte, Shows, Tourneen etc. gibt es in Deutschland fünf relevante Regionen: die Region Nord mit Hamburg (und Hannover), die Region Ost mit Berlin (und Leipzig), die Region West mit Köln (sowie Düsseldorf, Dortmund/Oberhausen), die Region Mitte/Südwest mit Frankfurt und Mannheim (und Stuttgart) sowie die Region Süd mit München (und Nürnberg). Diese fünf Regionen sind prägend und ausschlaggebend für den Live-Entertainment-Markt in Deutschland, aber auch z. T. in den angrenzenden Regionen Benelux, Österreich und Schweiz. Die Kern-Einzugsgebiete der jeweiligen Zentren umfassen jeweils mehr als 4 Mio. Einwohner, die erweiterten Einzugsgebiete auf der Ebene der jeweiligen Metropolregionen jeweils mehr als 6 Mio. Einwohner – das jeweilige, für Veranstalter und Künstler relevante „Ticketpotenzial“ für deren Veranstaltungen und neben den Zuschauerkapazitäten von Locations ausschlaggebende Kriterium für die Standortauswahl bei Konzert-, Show- und Tourneeplanungen.

Die Chance von B-, C- und sonstigen Standorten im Zusammenhang mit bekannten Acts und Produktionen lag bisher und wird auch in der zukünftigen Nach-Coronazeit darin liegen, mit mittelgroßen Kapazitäten (min. 4.000er, eher 5.000er Kapazität (sitzend/stehend)) oder besonderen Set-Ups (z. B. Open-Air-Formate an besonderen Standorten) in zentral gelegenen, verkehrlich gut erreichbaren Destinationen zu für den Veranstalter attraktiven Konditionen (i. d. R. ein Widerspruch/Konflikt für Locationbetreiber) an Tagen Kapazitäten zu bieten, an denen die o. g. A-Locations im Umkreis durch anderweitige Veranstaltungen belegt sind (bestenfalls artfremde Events, wie z. B. Sport vs. Konzert, Kongress vs. Sport etc.). Oder aber Acts/Produktionen wählen bewusst Locations in B-, C- oder sonstigen Standorten, um besondere Formate zu bespielen (z. B. Club-Konzerte), um Standortbezüge zu nutzen (z. B. Tote Hosen in Düsseldorf, Grönemeyer in Bochum etc.) oder wo es besondere Bezüge zum Veranstalter bzw. Betreiber einer Location gibt (Stichwort: Bekanntheit und Relevanz des persönlichen Netzwerks des Betreibers zu Künstlern, Promotern und Agenturen).

- ▶ Live-Entertainment-Segment mit starken Abhängigkeiten von wirtschaftlicher Gesamtentwicklung, sozialer und gesellschaftlicher Stimmung.
- ▶ Der Live-Entertainment-Markt verzeichnet insgesamt (noch) steigende Umsatzzahlen. Ursache sind steigende Ticketpreise, Konzerte bleiben stärkstes Segment bei den Musikveranstaltungen.
- ▶ Steigende Anforderungen an Veranstaltungsimmobilien durch stetig steigenden Produktionsaufwand bei gleichzeitig wettbewerbsbedingtem Preisdruck.

- ▶ „Eventisierung“ von Veranstaltungen – Rahmenangebote ergänzen die Kernveranstaltung (Erschließung zusätzlich möglicher Einnahmequellen)
- ▶ Intensität der Wettbewerbssituation um ähnliche bzw. gleiche Veranstaltungen wird wesentlich durch die Nähe und Dichte vergleichbarer Locations mit vergleichbaren Angeboten (Kapazitäten) und deren entsprechenden Einzugsgebieten bestimmt.
- ▶ Die Veranstaltungsdestination Wilhelmshaven mit einer neuen Stadthalle und dem „Pumpwerk“ verfügt im Live-Segment grundsätzlich über Potenziale, aber auch über wesentliche Einschränkungen und damit ein begrenztes Veranstaltungspotenzial und Besuchervolumen. Große, attraktive Veranstaltungen und Events finden in den Städten Bremen, Bremerhaven und Oldenburg statt.
- ▶ Chance/Potenzial für Wilhelmshaven und eine neue Stadthalle (sowie das Pumpwerk) auf regionaler Ebene, durch „Nischenevents“, durch persönliche Beziehungen und eine aktive Marktbearbeitung an größere Produktionen zu kommen und/oder entsprechende Produktionen „einzukaufen“ (Stichwort: Daseinsfürsorge, Tourismus-/Stadtmarketing etc.)

### 2.3 Sonderbetrachtung: Gastspieltheater / Musicals

In ihrer Vielfalt und Eigenart war und ist die Theaterlandschaft in Deutschland beeindruckend und zeichnet sich insbesondere durch ihre Anzahl und auch Heterogenität aus. Dabei gibt es keine belastbare Statistik über Spielstätten, Produktionen/Veranstaltungen und Besucher, da als Spielorte für darstellende Theaterproduktionen (inkl. Musicals) sowohl Theater- und Schauspielgebäude aber auch Stadt- und Mehrzweckhallen, Bürgerhäuser, Volks- und Kleinkunst- und private Musicaltheater dienen. Das Gros dieser Häuser ist dabei in öffentlicher Hand und kann nur durch Zuschüsse betrieben und das Angebot entsprechend aufrechterhalten werden.



Noch in den 90er Jahren tourten unzählige Boulevard- und Schauspiel-Produktionen durch die Republik und konnten in der Regel mit bekannten Namen aufwarten. Durch Film und Fernsehen bekannte Schauspieler waren die Zugpferde dieser Produktionen, die in Stadttheatern, Mehrzweckhallen und Stadthallen spielten. Diese Produktionen zielten auf ein Publikum, das gerade in den Kleinstädten unter „kultureller Unterversorgung“ litt und in den Programmangeboten des Fernsehens keine vergleichbare Alternative fand. Auch waren derartige Aufführungen, wie alle Veranstaltungen und Veranstaltungsformate auch gleichzeitig gesellschaftliche Events, bei denen sich die Besucher trafen, man sich zeigen und austauschen konnte.

Durch die Entwicklung der Fernseh- und der Medienlandschaft, gesellschaftlich-soziale Entwicklungen sowie die Relevanz und Verbreitung des Internets befindet sich dieses Genre in einer existenziellen Krise. Machte man sich früher schick und ist anlassbezogen ausgegangen, so verlagerte sich nach und nach das einfach und kostengünstig verfügbare Unterhaltungsprogramm ins private Wohnzimmer – ehemals vor die Fernseher, heute vor die Tablets und Streaming-Plattformen. Das Selbstverständnis des Besuchs von Veranstaltungen in Kultureinrichtungen oder Stadthallen gibt es nicht mehr, woraufhin diese Häuser flächendeckend entsprechende Rückgänge bei Veranstaltungs- und Besucherzahlen registrieren. Gerade darstellende Theater-, Gastspiel- und/oder Musical-Produktionen, die „Kultur auf das Land und unters Volk bringen“, werden – wie auch die Situation der Landesbühne in Wilhelmshaven und damit zusammenhängenden Abo-/Besucherzahlen zeigt – immer weniger nachgefragt.

Die Formate „Theater/Schauspiel/Musical“ – egal, ob mit eigenem Ensemble oder als Gastspiel – sind gerade bei der jüngeren Generation zunehmen unbekannt, haben ein unzeitgemäßes Image und entsprechen nicht mehr dem medialen Konsum- sowie dem Freizeitverhalten. Durch die geringeren Umsätze und Einnahmen können Produktionen nicht mehr so umfangreich und aufwendig ausgestaltet und entsprechend qualifizierte Schauspieler dafür gewonnen werden. Ein Teufelskreis aus qualitativ weniger ansprechenden Produktionen mit weniger guten bzw. bekannten Schauspielern bedeutet weniger Zugkraft der Produktionen, damit weniger Umsätze und kleinere Budgets. Gleichzeitig aber erfordern moderne Produktionen, insbesondere Gastspiel-Produktionen neben einer (Teil-)Risikübernahme des Ticketverkaufs durch die Locations/Städte eine

optimierte Logistik. Produktionen haben heutzutage erhöhte Anforderungen an die Technik und Infrastruktur von Spielstätten, kommen fix und fertig produziert, verpackt auf Sattelschlepper am Spielort an, nachmittags Auf- und in der Nacht wieder Abbau, verladen und weiter. Hakt es bei einem dieser Ablaufschritte oder sind Spielstätten nicht dementsprechend ausgestattet, werden Abläufe und Tourneepäne gefährdet, meiden Produktionen diese Spielorte.

Andererseits zeichnet die vielen, fast ausschließlich öffentlich finanzierten Kultur- und Theaterspielstätten ein vielfältiges, heterogenes Angebot aus. So sind i. d. R. Häuser in Klein- und Mittelstädten sowohl Spielstätten professioneller Produktionen aber auch Spielstätten von partizipativen, lokalbasierten Theaterensembles und Laienspielgruppen. Dadurch werden neben professionellen und kommerziellen Inhalten auch Programme mit lokalem bis regionalem Bezug, aufgeführt z. T. von lokalen Bürgern, angeboten. Damit sind Programme interessanter, greifbarer für das Publikum und stärken damit die lokale Identität und Identifikation. Es werden damit Beziehungen zur Spielstätte und dem Standort geschaffen, so dass aufgrund der erhöhten Wahrnehmung und Akzeptanz Zuschüsse für dieses Veranstaltungsgenre sowie dessen Spielorte auch politisch mehrheits- und beschlussfähig sind.

Die Faktoren verändertes Konsumverhalten, geringere Budgets, Qualität der Produktionen und Kosteneinsparungen sind also die wesentlichen Gründe dafür, dass das Genre Theater inkl. Gastspiel heute und auch in absehbarer Zukunft in der Krise ist und bleibt. Einen Lösungsweg daraus suchen viele, eine Lösung (für sich) gefunden, die nicht eine Schließung bzw. einen Verzicht darauf bedeuten, haben nur sehr wenige. Dennoch sind Theater-/Musical- und sonstige, darstellende Produktionen ein Baustein des Kulturlebens einer Stadt, ein Standortfaktor für die Bindung und Gewinnung von Bürgern sowie des Tourismus.

- ▶ Die beschriebene, derzeitige Situation auf dem Gastspielmarkt spiegelt in gewisser Weise deren Einfluss auf die Wilhelmshavener Veranstaltungsstätten wider – einerseits sind Kulturveranstaltungshäuser wie u. a. eine Stadthalle wichtig für das Kulturangebot einer Stadt, andererseits besteht u. a. auch für Wilhelmshaven die Gefahr, dass, wenn Veranstaltungsstätten nicht „auf der Höhe der Zeit“, den Anforderungen der Veranstalter und Produktionen entsprechen und betrieblich-organisatorisch nicht gut bzw. flexibel aufgestellt sind, über kurz oder lang „hinten runterfallen“ werden.
- ▶ Eine neue Stadthalle als Ergänzung zum Pumpwerk und dem Theater würde die Standortattraktivität stärken und einen Beitrag für die Attraktivität und die Daseinsfürsorge der Kommune gegenüber ihren Bürgern (bereits vorhandene und neue) darstellen sowie auch den Tourismus sowie die damit zusammenhängenden Branchen unterstützen (Hotel, Gastronomie, Einzelhandel, Dienstleistungen).

## 2.4 Einzelbetrachtung: Gesellschaftsveranstaltungen

Das ursprünglichste Veranstaltungssegment ist das Segment der Gesellschaftsveranstaltungen. Das Treffen, das Zusammenkommen, der persönliche Austausch von Menschen zu einem Anlass – sei es ein Familienfest, ein Essen, sei es eine Feier bei der Gesangs-, Tanz- oder Akrobatikvorführungen stattfanden o. ä. Trotz der großen Relevanz und des hohen, da tagtäglichen Aufkommens an Ereignissen – „Veranstaltungen“ - aus diesem Segment gibt es hierzu keine aussagekräftigen Statistiken, die Veranstaltungsvolumen, Veranstaltungsgrößen, Raumbelagungen, Veranstaltungsdauern oder -budgets ausweisen. In jeder Stadthalle, in jedem Bürgerhaus, in Hotels, Restaurants und in Special Event Locations etc. finden tagtäglich derartige Events statt, doch ist absehbar die vergleichsweise geringe Größe der Einzelevents, die Heterogenität der Formate und Spielorte sowie die i. d. R. private Organisation derartiger Events Grund dafür, dass sie statistisch in den Locations zwar mancherorts erfasst, an keiner Stelle aber gesamthaft i. S. einer Segmentauswertung vergleichbar mit den Daten aus dem Live-Entertainment-, MICE- oder Sportsegment zusammengefasst werden.



Gerade die Coronazeit hat gezeigt, wie wichtig die soziale Interaktion, der Austausch und Kontakt miteinander ist. Der Mensch ist ein soziales Wesen, das den Kontakt und das Miteinander mit anderen Menschen sucht und braucht. Die auflagenbedingte Untersagung von persönlichen Treffen, von Veranstaltungen aller Art während bzw. infolge der Coronapandemie hat gezeigt, wie sehr die gesellschaftliche Stimmung, das



Zusammenhalten, gemeinsame Werte und Ansichten sich in einer abgeschotteten, isolierten Gesellschaft sich entwickeln. Die Mehrheit der Gesellschaft hat dadurch die Bedeutung von persönlichen Treffen erkannt – eine Interaktion, die nicht durch technische Medien, internetbasierte Plattformen und Tools ersetzt werden kann. Demzufolge wird es auch in Zukunft Veranstaltungen, insbesondere mit sozialer/gesellschaftlicher Funktion geben – Veranstaltungen sind eben mehr als nur eine Performance bzw. eine Produktion auf einer Bühne, sie waren in der Vergangenheit und sind es vielmehr auch in Zukunft Gelegenheit und Anlass der Interaktion, des „Sehens und Gesehenwerdens.“

Dies gilt auch für die so genannte Generation Y (Menschen, die zwischen 1980 und dem Jahr 2000 geboren wurden). Menschen aus dieser Generation gelten gemeinhin als stark interessiert an Sport, Freizeit und Urlaub, haben aber, so sagen es zumindest die Forschung und viele Medien, weniger Bezug zu materiellen Werten oder Statussymbolen. Sie entdecken lieber die Welt, wollen etwas „erleben“, statt ein repräsentatives Auto zu kaufen, sie genießen lieber die Zeit mit Freunden sowie spontane, individuelle und spezifische Events, statt klassische, gesellschaftliche Veranstaltungen und/oder organisierte Formate zu besuchen. Ein Trend, der sich für zukünftige Generationen wahrscheinlich noch verstärkt, pragmatisch und auf das Wesentliche im Leben konzentriert.

Demzufolge liegen im Hinblick auf die Zukunft und die Ansprache dieser und zukünftiger Generationen die Herausforderungen aber auch die Chancen für Veranstalter, Locations und Destinationen darin, mit zeitgemäßen, innovativen und interaktiven sowie technikinkludierenden Inhalten, Formaten und Rahmenangeboten die auch zukünftig gewollten Treffen, die Interaktion von Menschen durch neue Event- und Erlebnisformen zu bündeln, ihnen einen neuen Raum, ein neues Set-Up und Gesamterlebnis zu bieten. Formate/Veranstaltungen in diesem, wie auch im MICE-Segment, werden zukünftig kurzfristiger, kürzer, agiler und deutlich interaktiver/partizipativer sowie weniger formell sein als die bisher dagewesenen und praktizierten Formate. Diese Veranstaltungen/Formate brauchen auch zukünftig Locations und Locationbetreiber, die die Anforderungen kennen und bedienen können sowie attraktive Rahmenangebote, die die Veranstaltung selbst mit dem Umfeld und damit der Destination verknüpft/verschmelzen lässt. Es erfordert ein Umdenken von einem klassischen Veranstaltungs-Set-Up zu einem gesamthaften Erlebnis.

- ▶ Gesellschaftsveranstaltungen sind ein wichtiges Element des Stadtlebens – sie wird es auch weiterhin und zukünftig geben, trotz Entwicklungen wie „Vereinssterben“, Individualisierung, Internet und Social Media Plattformen etc. – dann aber anders als bisher. Strukturen, Anforderungen und Abläufe ändern sich deutlich, worauf sich die Locations und deren Betreiber einrichten müssen, wollen sie auch zukünftig Spielort und Gastgeber derartiger Events sein.
- ▶ Auch in Wilhelmshaven sind ein grundsätzlicher Bedarf und ein fortbestehendes Potenzial für Veranstaltungen in diesem Segment vorhanden. Veranstaltungen aus diesem Segment haben sich infolge des Zustands der ehemaligen Stadthalle und allgemeiner, gesellschaftlicher Entwicklungen in den letzten Jahren sowohl alternative Locations gesucht und auch ins „Private“ zurückgezogen.
- ▶ Profiteure dieser Entwicklung waren/sind lokale Gastronomiebetriebe und Eventlocations, wie u. a. auch das Pumpwerk, dessen Auslastung durch ein mögliches Angebot in einer neuen Stadthalle entsprechend sich entwickeln würde/könnte.

## 2.5 Einzelbetrachtung: MICE-Markt

Der nationale und internationale MICE-Markt (MICE = Meetings, Incentives, Conventions, Events) ist ein wirtschaftlich sehr attraktives, aber auch stark umkämpftes Segment des Veranstaltungs- und Tourismussektors. Bis Anfang 2020, dem Beginn der coronabedingten Veranstaltungsuntersagungen, boomte dieses Veranstaltungssegment stark, bis dahin konnte dieses Segment über mehrere Jahre hinweg starke Zuwachsraten bei Veranstaltungs- und Teilnehmerzahlen sowie den damit verbundenen Umsätzen verzeichnen. Dies hatte (und wird es auch wieder in der Zeit nach Corona) neben den Locations selbst auch positiven Einfluss auf weitere Wirtschaftszweige, wie bspw. Gastronomie, Hotellerie, Taxi-, Transport- und Logistikunternehmen, sowie veranstaltungsnahe



Dienstleistungen. Gerade darum herrscht hier eine sehr hohe Wettbewerbsintensität auf Location- und auf Destinationsebene.

Gemäß der Studie „Meeting & Eventbarometer“ konnte der deutsche MICE-Markt im Jahr 2019 noch ca. 2,89 Mio. Veranstaltungen registrieren, die von insgesamt rund 423 Millionen Teilnehmern besucht wurden. Ein Veranstaltungs- und Teilnehmercolumen, das in den beiden Coronajahren 2020/2021 deutlich eingebrochen ist, von dem sich aber die führenden, nationalen und internationalen Branchenverbände schon seit 2022 eine deutliche Erholung erwarten. Genauere Zahlen und Angaben aus 2022 hierzu sowie Vorbuchungswerte für 2023/2024 liegen noch nicht vor, eine positive Grundstimmung und erhöhte Nachfrage wurde aber in fast allen Locations in den vergangenen Monaten verzeichnet.

Seminare, Tagungen und Kongresse waren bisher mit einem Anteil von knapp 58 % am Veranstaltungsvolumen der Treiber dieses Segments und ein bedeutender Wirtschaftsfaktor. Prägend in diesem Segment sind seit Jahren kleinere Meetings und Seminare: knapp 65 % des gesamten Veranstaltungsvolumens umfassen Formate mit weniger als 100 Teilnehmern, rund 40 % weniger als 50 Teilnehmer. Dabei ist das Volumen an physischen Veranstaltungen insgesamt in den letzten Jahren leicht rückläufig – kleinere Veranstaltungen wurden bereits vor Corona zunehmend digital, zu Lasten des Veranstaltungsvolumens insgesamt. Große Formate mit mehr als 200/300 Teilnehmern, die in Destinationen von der Politik und der Öffentlichkeit primär wahrgenommen werden, stellen nur einen vergleichsweise geringen Anteil am Gesamtvolumen der Veranstaltungen dar. Sie haben hohe Anforderungen an Locations und Destinationen (siehe Punkt 3.5.3), sind wirtschaftlich äußerst attraktiv für Locations und Destinationen und damit aber auch äußerst hart umkämpft (Stichwort: Preiskampf/Zuschüsse vs. Sekundarnutzen).

Für rund 2/3 der MICE-Veranstaltungen sind privatwirtschaftliche Tagungshotels der Hauptveranstaltungs-ort. Dies ist primär auf die in den Häusern i. d. R. gut ausgebaute Infrastruktur (Veranstaltungsräume, Funktionsflächen, Ausstattung zzgl. Übernachtungskapazitäten), die zeitliche Verfügbarkeit und die Preisstruktur (Stichwort: Quersubventionierung durch Catering-/Übernachtungsumsätze) zurückzuführen. Dabei stehen diese klassischen MICE-Locations in den letzten Jahren aber im zunehmenden Wettbewerb mit Tagungsraumangeboten sowohl in Stadthallen, Theatern, Multifunktionshallen wie aber auch mit einer Vielzahl an nun auch Dritten gegenüber geöffneten Schulungszentren privatwirtschaftlicher Unternehmen und/ oder öffentlichen Einrichtungen. Hinzu kommt ein großes Volumen an Eventlocations wie z. B. Museen, Fabrikhallen, Schiffe, Freizeitparks, Schulaulas/Hörsäle und Bahnhöfe/Flughäfen. Heißt: eine zunehmender Wettbewerbsdruck privater und auch öffentlicher Häuser untereinander, bei dem üblicherweise inkludierte Leistungen oder das Preismodell für die Wahl einer Location und Destination entscheidend sind.

Zukünftig rechnen die führenden Branchenverbände, und auch der Großteil der Veranstaltungszentren selbst mit einer weiterhin positiven Entwicklung des MICE-Marktes mit strukturellen Änderungen bei den Inhalten und Formaten. Soziokulturelle Entwicklungen wie z. B. Technisierung, Individualisierung, Partizipation bzw. Interaktion, Mobilität, Nachhaltigkeit und Demographie, beeinflussen zukünftig mehr noch als heute die Art und Strukturen von Veranstaltungen, insbesondere im MICE-Markt. Sie bewirken neue bzw. veränderte Anforderungen an Veranstaltungsabläufe, -dramaturgien und Veranstaltungsstätten. Gerade die Corona-Pandemie hat dabei strukturelle Entwicklungen in der MICE-Branche (und der allgemeinen Arbeitswelt) beschleunigt. Aber trotz Entwicklungen wie hybride Veranstaltungen, TEAMS/ZOOM-Meetings etc. werden Präsenzveranstaltungen auch in Zukunft weiterhin Bestand haben. Es gelten aber neue und veränderte Anforderungen, auf die sich Veranstaltungsstätten und Veranstaltungsdestinationen einstellen müssen. Es müssen entsprechende Angebote in baulicher, ausstattungsbezogener und auch dienstleistungsbezogener Sicht auf Location- und auf Destinationsebene vorhanden sein, will man zukünftig noch Teil des Marktes sein. Dies umso mehr, als dass vor allem privatwirtschaftliche Anbieter sich hierauf bereits eingestellt haben oder aber entsprechende Maßnahmen planen und/oder durchführen.

Teil dieser Entwicklungen ist auch der Veranstaltungs-/MICE-Markt in Wilhelmshaven und der Region Oldenburg-Bremen, zu dem neben den vielen Hotels (mit eigenen Konferenz- und Tagungsräumen), die Konferenz- und Messezentren (z. B. Weser-Ems-Hallen Oldenburg, Congress Centrum Bremen, Stadthalle Bremer-

haven) sowie auch die örtlichen Stadthallen/Bürgerhäuser (z. B. Wilhelmshaven, Emden, Aurich, Leer, Osterholz-Scharmbeck) und weitere, außergewöhnliche Locations (z. B. Messe Bremen, Weserstadion Bremen, div. Schlösser etc.) gehören.

- ▶ Allgemeine Marktentwicklungen mit positiven Entwicklungsperspektiven, Deutschland ist auch zukünftig ein bedeutender, stabiler MICE-, d. h. Tagungs- und Kongressmarkt.
  - ▶ Hohes Nachfragevolumen mit sich verändernden Strukturen und Anforderungen an Veranstaltungen und Locations (Stichwort. „Eventisierung“, Digitalisierung/Technisierung, Rahmenangebote etc.).
  - ▶ Breites, zunehmendes Spektrum an gut ausgebauten und ausgestatteten Veranstaltungsstätten, intensiver Wettbewerbsdruck durch neue, z. T. unkonventionelle Veranstaltungsstätten und modernisierte/erweiterte Angebote von Bestandshäusern (Stichwort: Preisdruck).
  - ▶ Potenziale sind vorhanden, sowohl für den Standort Deutschland wie auch für die Region Bremen/Oldenburg und den Standort Wilhelmshaven.
  - ▶ Potenziale für Wilhelmshaven sind auf nationaler Ebene bedingt, aber vor allem auf regionaler und lokaler Ebene vorhanden. Chance für Wilhelmshaven und eine neue Stadthalle durch Spezialisierung und Fokussierung auf eigene, regionale Themen, Unternehmen und Einrichtungen (Stichwort: Veranstaltungen aus der Region/für die Region, von lokalen/regionalen Unternehmen/Einrichtungen)
- Aber: die Bedienung des Marktes, die Gewinnung von Veranstaltungen aus diesem Segment für Wilhelmshaven ist herausfordernd und erfordert eine „Bündelung“ der Kräfte.
- ▶ Bereitstellung adäquater Veranstaltungskapazitäten auf marktkompatiblem Niveau erforderlich (z. B. flexibel nutzbare Tagungsräume, um mittlere und größere Formate mit entsprechenden Anforderungen an Raumkapazitäten bedienen/gewinnen zu können).

## 3 NUTZUNGSKONZEPT UND -ANFORDERUNGEN NEUE STADTHALLE

### 3.1 Grundlagen

Die denkbaren Nutzungen bzw. der Mix und das Volumen der möglichen Veranstaltungen in einer Stadthalle Wilhelmshaven, wie z. B. Kulturveranstaltungen (z. B. Konzerte (Rock/Pop/Klassik), Comedy/Kabarett, Show etc.), gesellschaftliche Events (z. B. Empfänge, Bälle, Feiern etc.) und darüber hinaus Seminare, Schulungen, Tagungen, Konferenzen, Kongresse, Firmen-/Produktpräsentationen, (in begrenztem Umfang) Messen, Vorträge, Podiumsveranstaltungen bilden absehbar auch das mögliche Kerngeschäft des Veranstaltungsbetriebs einer neuen Stadthalle Wilhelmshaven.

Auf Grundlage

- der Auswertung des Nutzungsprofils der ehemaligen Stadthalle,
- marktseitiger Einflussfaktoren bzw. Anforderungen sowie
- der Einschätzung der Autoren dieser Studie

werden nachfolgend Aussagen zum möglichen Nutzungskonzept und Veranstaltungsprofil einer neuen Stadthalle abgeleitet. Die Ergebnisse aus diesem Kapitel werden anschließend auch in der Entwicklung des Raum- und Funktionskonzeptes berücksichtigt.

### 3.2 Nutzungs-/Veranstaltungsprofil Stadthalle Wilhelmshaven (Bestand)

Die Nutzung der ehemaligen Stadthalle für Veranstaltungen erstreckte sich auf die Säle 1, 2 und 4, das Foyer sowie auf Saal-/Foyer-Kombinationen bis hin zur Nutzung des gesamten Hauses.

Aufgrund der speziellen Gebäudestruktur und der logistischen Gegebenheiten (u. a. Stadthalle im 1. Geschoss, keine fest installierte Bühne) ergab sich pro Veranstaltung der grundsätzliche Bedarf eines zusätzlichen internen Aufbauabtages. Dies, da die Stadthalle grundsätzlich leer vermietet wurde, sie daher sehr flexibel nutz- und ausgestaltbar war. Letztlich fielen aber in der Konsequenz dieses „Set-Ups“ diese hohen Rüstaufwände an, da für Veranstaltungen Mobiliar, Technik, Deko etc. (fast) immer komplett neu eingebracht und auf-/abgebaut werden musste (Stichwort: Zeit-/Personalaufwand).

Im Rahmen dieser Studie wurde das Veranstaltungsportfolio der Jahre 2014-2019 der ehemaligen Stadthalle inklusive Besucher- und Teilnehmerzahlen ausgewertet. Grundlage der Analyse waren Daten, die durch die GGS zu diesem Zweck zur Verfügung gestellt wurden. Diese wurden zusammengefasst, um zu den bereits vorhandenen Kennzahlen weitere im Überblick zu erhalten und ein noch detaillierteres Bild des Nutzungsprofils zu zeichnen.

#### 3.2.1 Grundlagen der Veranstaltungsauswertung

In Bezug auf die Erhebung von Veranstaltungen gibt es weder branchenweit allgemeingültige Regeln für die Zählweisen noch zu Definitionen von Veranstaltungsarten und -inhalten, so dass die Aufbereitung und Auswertung der Veranstaltungsstatistiken der Stadthalle individuell bearbeitet, gezählt und dargestellt wurden. Zudem kommt es häufig zu Verwechslungen zwischen Belegtagen und Raumbelagungen sowie zwischen Belegungen und Veranstaltungen, die oft synonym verwendet werden.

Eine plausible und häufig angewendete Vorgehensweise zur Zählung und Erhebung von Veranstaltungen wertet jede ein- bzw. mehrtägige Veranstaltung mit EINS. Der Unterschied zwischen ein- und mehrtägigen Veranstaltungen macht einzig die Anzahl der Veranstaltungs- und Belegtage aus. Als Belegtage bezeichnet man die Summe aus Veranstaltungs- und Rüsttagen, wobei sich die Rüsttage aus der Summe der Auf-, Abbau-, Umbau- und Probetage ergibt. Eine Veranstaltung kann durchaus eintägig sein (ein Veranstaltungstag!), aber trotzdem das Veranstaltungszentrum bzw. dessen Räumlichkeiten mehrere Tage aufgrund von Rüsttagen beanspruchen. Dabei macht die Logik keine Unterschiede zwischen wirtschaftlich relevanter und mietfreier Belegung.

Beispiel Kategorisierung und Erhebungslogik

Kategorie	Veranstaltung				Zählweise	
Veranstaltung					1	
Veranstaltungstag	Veranstaltungstag		Veranstaltungstag		2	
Belegtag	Auf-/Umbau, Probe	Veranstaltung	Veranstaltung	Abbau	4	
Raumbelegung(stag)	Saal 1	Saal 1	Saal 1	Saal 1	4	17
	Saal 2	Saal 2	Saal 2	Saal 2	4	
	Foyer	Foyer	Foyer	Foyer	4	
	Tagungsraum 1	Tagungsraum 1			2	
	Tagungsraum 2	Tagungsraum 2	Tagungsraum 2		3	

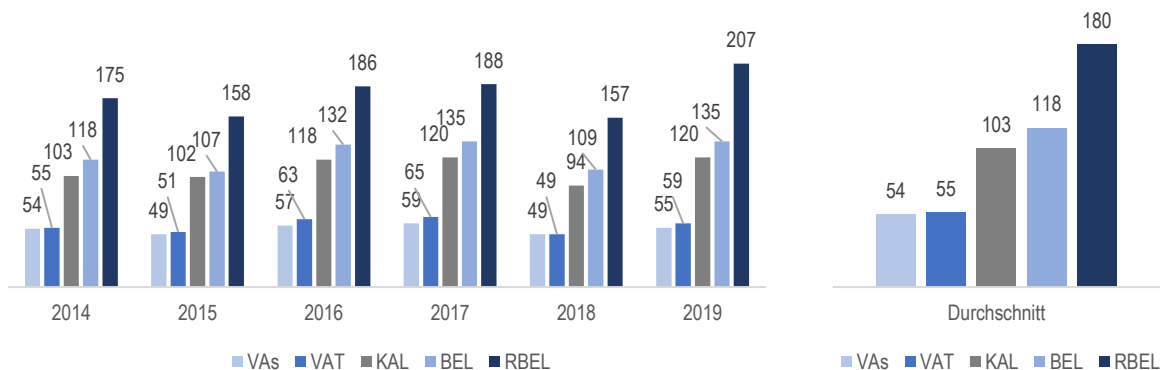
Veranstaltungsstätten vermieten Räumlichkeiten zur Durchführung von Veranstaltungen über einen bestimmten Zeitraum (z. B. an Tagen) mit unterschiedlichem Belegungsstatus. Die für die Vermietung relevante, größte Bezugsgröße ist die Veranstaltung, die im Beispiel an zwei Tagen stattfindet (2 Veranstaltungstage). Für Aufbau und Abbau (= Rüsttage) werden weitere zwei Tage benötigt. Die Summe dieser Tage ergibt die Belegtage. Über den Zeitraum werden unterschiedliche Räumlichkeiten mit unterschiedlicher Nutzung belegt. Aus dem Beispiel ergibt sich somit folgende Zählweise: EINE Veranstaltung, ZWEI Veranstaltungstage, VIER Belegtage, SIEBZEHN Raumbelegungen.

Bietet eine Veranstaltungsstätte entsprechende Räumlichkeiten und können somit an einem Kalendertag Veranstaltungen parallel stattfinden, kommt es beim Zählen von Belegtagen zu Zahlen oberhalb jährlich verfügbarer Kalendertage. Um die Auslastung trotzdem richtig errechnen zu können, geht man wie folgt vor: Finden zwei oder mehrere unterschiedliche Veranstaltungen an einem Tag statt, wird der Tag dennoch nur einmal in Bezug auf die maximal verfügbaren Kalendertage pro Jahr gewertet (= 1 Belegtag).

Hinsichtlich der maximal verfügbaren Kalendertage pro Jahr bestehen ebenfalls keine normativen Standards und Richtwerte in der Branche. Jedes Haus regelt seine Öffnungs-/Betriebszeiten individuell, wobei in keinem der uns bekannten Häuser diese an 365 Tagen zur Verfügung stehen, sondern insbesondere die branchenüblich weniger starken Sommermonate Juni – September für Wartungs- und Instandhaltungsarbeiten, für Überstundenabbau etc. genutzt und somit Veranstaltungshäuser nicht bzw. nur im Minimalbetrieb geöffnet sind.

### 3.2.2 Auslastung und Nutzung durch Veranstaltungen

Auslastungskennzahlen Stadthalle Wilhelmshaven 2014-2019 und im Durchschnitt



VAs – Veranstaltungen VAT – Veranstaltungstage KAL – Kalendertage BEL – Belegungstage RBEL - Raumbelegungen

Die Auslastung der letzten 6 Jahre der Stadthalle (2014-2019) war stabil. Vergleicht man die Werte der Stadthalle jedoch isoliert mit Werten anderer Stadthallen liegt die Anzahl der Veranstaltungstage auf niedrigem Niveau. Die Jahre 2016 und 2017 sowie 2019 verzeichneten eine geringfügige Steigerung. Statistisch ist das

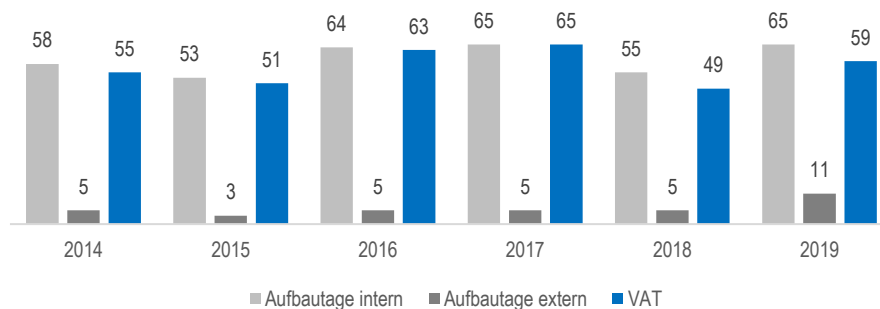


zum Teil mit einer leicht gestiegenen Anzahl durchgeführter Eigenveranstaltungen 2016 und 2019 zu erklären. Das Jahr 2017 verzeichnete den höchsten Anteil an Vermietungsveranstaltungen (Anmietungen), siehe Punkt 3.2.6.

An durchschnittlich 103 Kalendertagen lag eine veranstaltungsbedingte Belegung in der Stadthalle vor. Die Belegung, d. h. zu Veranstaltungstagen hinzukommende Aufbau- und Abbautage, lag nahezu doppelt so hoch wie die Anzahl der Veranstaltungstage, was auf eine insgesamt moderate jedoch angemessene Belegung hindeuten könnte.<sup>6</sup>

Tatsächlich liegt der Grund hierfür aber in „internen Aufbautagen“, die dazu führten, dass die Halle vor jedem Veranstaltungstag für interne Aufbautage mit mindestens einem Tag belegt und damit vermarktungsrelevant blockiert war. Der Anteil vermieteter Aufbautage (externe Aufbautage) machte nur einen Bruchteil der gesamten Aufbautage aus (rund 8 %), lag jedoch im Jahr 2019 doppelt so hoch wie die Jahre zuvor. Diese Erhöhung (= Steigerung Mieterlöse) stand nach Betreiberangaben primär in Verbindung mit der neuen Stadthallenleitung seit 2018.

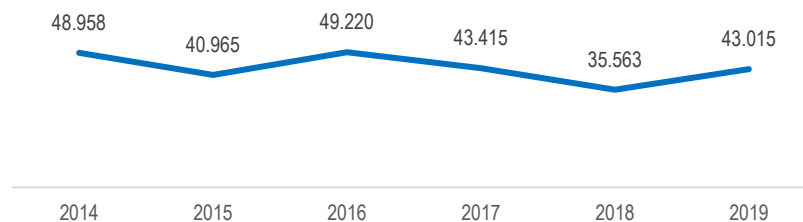
Struktur der Belegung der Stadthalle 2014-2019



Die Raumbelastung lag bei durchschnittlich 180 Belegungstagen, was aufgrund der geringen Raumanzahl der Stadthalle ebenfalls ein geringer Wert ist.

### 3.2.3 Besucher- und Teilnehmer

Besucher/Teilnehmer Stadthalle 2014-2019

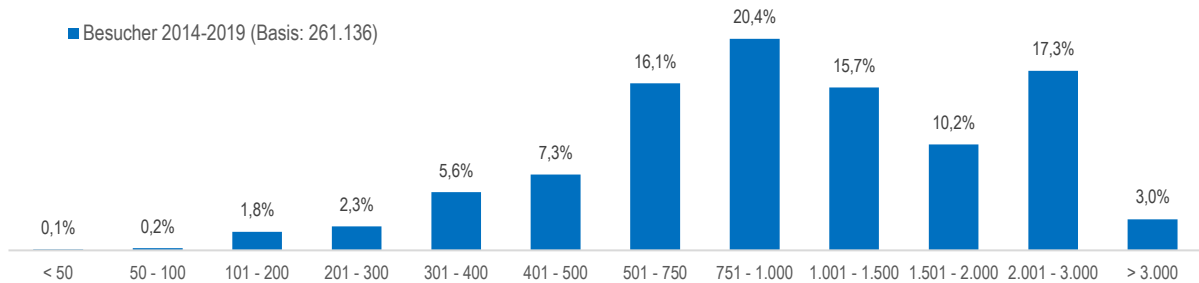


Die Besucherzahl und damit die Resonanz auf weitgehend gleichbleibende Veranstaltungszahlen und gleichbleibendes Veranstaltungsportfolio sank seit 2014 tendenziell leicht. Zwar ist der Rückgang vom Jahr 2016 auf 2018 mit rund 28 % recht stark, was u. a. auf geringere Veranstaltungen im Kulturbereich zurückzuführen ist. Die Besucherzahlen steigen aber 2019 wieder auf das Niveau des Jahres 2017 (+21 %). Die Besucherzahl ist somit im Betrachtungszeitraum tendenziell leicht rückläufig auf ohnehin, veranstaltungsbedingt niedrigem Niveau.

<sup>6</sup> Belegungen (Aufbau/Abbau, Veranstaltung) zweier parallel stattfindender Veranstaltungen an einem Tag zählen als Belegung, erhöhen jedoch den zu zählenden, belegten Kalendertag nicht. Daher ist die Anzahl belegter Kalendertage geringer als die Anzahl der Belegungen pro Veranstaltung.

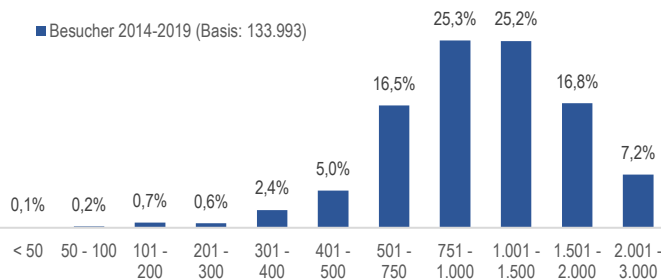
### 3.2.4 Veranstaltungsgrößen

Veranstaltungsgrößen Stadthalle Wilhelmshaven GESAMT  
(Besucher/Teilnehmer nach Größendcluster 2014-2019 (aggregiert))

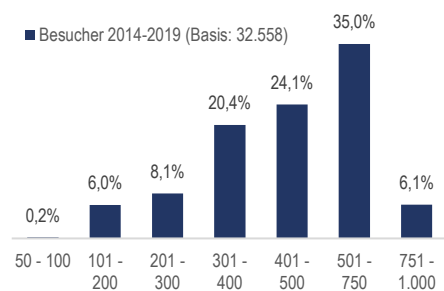


Die Verteilung der Besucher und damit die Veranstaltungsgrößen zeigen sich typisch für ein Haus ohne nennenswerte Nebenräume. Etwa 17 % der Besucher verteilten sich auf Veranstaltungsgrößen zwischen 50 und 500 Besucher. 83 % der Veranstaltungen fanden in Größenordnungen über 500 bis zu 4.000 Besuchern statt. Durchschnittlich fanden im Zeitraum 2014-2019 ca. 9 Veranstaltungen mit mehr als 1.200 Besuchern (inkl. Tanzveranstaltungen und Messen) in der Stadthalle statt, betrachtet man ausschließlich Konzert-, Comedy- und Gesellschaftsevents waren es durchschnittlich knapp 6 pro Jahr.

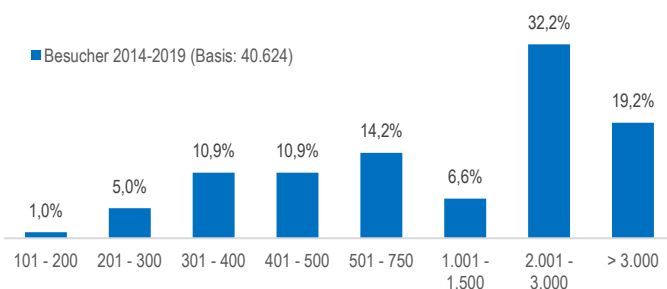
Veranstaltungsgrößen Saal 1



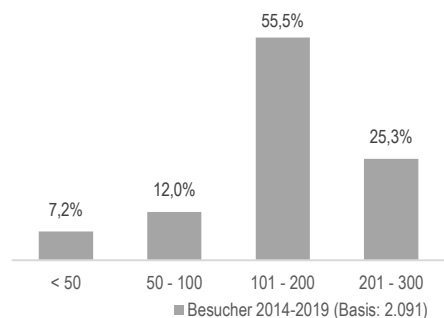
Veranstaltungsgrößen Saal 2



Veranstaltungsgrößen Foyer

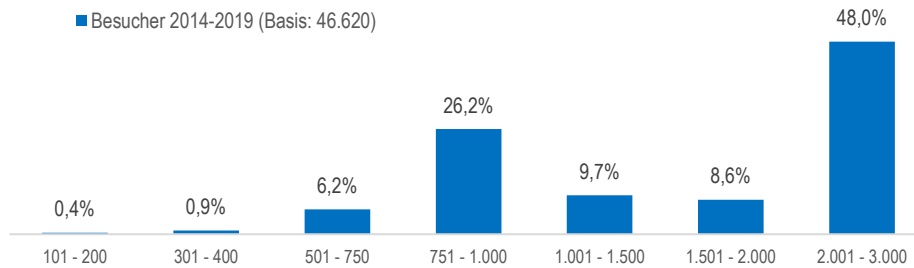


Veranstaltungsgrößen Saal 4



Saal 1 beherbergte die größeren Veranstaltungen jedoch mit einem Schwerpunkt beginnend bei 500 bis 1.000 Besucher. Saal 2 wurde im Schwerpunkt mit Besuchergrößen zwischen 300 und 800 Besucher genutzt. Einen Großteil der Veranstaltungen bis 1.000 Besucher wurde durch Freisprechungsfeiern und wenige Konzert-/Comedy-/Showveranstaltungen verursacht (insg. Rund 86 %). Auch hier verursachten 24 % der Veranstaltungen eine besucherbedingte Unterauslastung des Saales, die aber im vertretbaren Schwankungsbereich liegt. Die Kapazitätsauslastung des Saales 4 lag im dafür typischen Bereich. Die Veranstaltungsgrößen des Foyers bestätigen die publikumsbeliebten Flohmärkte, (Kinderschätze, Frauenträume, Wilhelmshafen tanzt, Partys).

Veranstaltungsgrößen Gesamtes Haus  
(VAs, die das gesamte Haus belegten, z. B. job4You-Messe, Handwerker-/Marineball, Kinderkarneval)



Bei einer Nutzung des **gesamten Hauses** lagen im Betrachtungszeitraum die Veranstaltungsgrößen mit über 50 % bei Veranstaltungen mit bis zu 3.000 Besuchern (z. T. unbestuhlte Messe- und Konzertformate und Formate mit einem „Durchfluss“ an Besuchern, d. h. x Besucher über einen Zeitraum von y Stunden, nicht aber zur gleichen Zeit). Es fanden aber auch Veranstaltungen statt, deren möglicherweise räumlich, offenes Flair den Rahmen für die Formate mit bewusst deutlich geringerer Besucherzahl bildeten (Handwerkerball, Kinderkarneval in einzelnen Jahren zwischen 400 und bis zu 1.000 Teilnehmer) oder deren Besucheraufkommen grundsätzlich deutlich zu gering war.

Vergleichbare, regelmäßige Nutzungen des gesamten Hauses mit bis zu 3.000/4.000 Besucher legen dabei ähnliche Raumkonfigurationen auch in einer neuen Stadthalle zunächst einmal nahe, wobei dies aufgrund der grundsätzlich geringen Auslastung der ehemaligen Halle und auch vor dem Hintergrund der demographischen sowie gesellschaftlichen Entwicklungen zugleich wieder in Frage gestellt werden könnte.

Eine neue Stadthalle benötigt deswegen isoliert betrachtet eigentlich keinen kleineren Saal. Die größten Veranstaltungen wiederum waren in den Jahren 2015 und 2016 „Wilhelmshaven tanzt“ (bis 4.000 PAX = gesamtes Haus in allen Raumbereichen gleichzeitig). Die Veranstaltungsgröße bis 3.000 Besucher verteilt sich ebenfalls auf „Wilhelmshaven tanzt“, auf die jährliche Messe Job4You (Business), sowie auf Sportmeisterschaften (Tanzsport). Die Anzahl von Veranstaltungen dieser Veranstaltungsgröße pendelt über die Jahre zwischen 2 bis 4 pro Jahr.

Das Gros der Veranstaltungen lag bei einer Besuchergröße zwischen 500 und 1.500 Besuchern (51 %) bzw. 75 % bis 2.000 Besucher, wobei die meisten Veranstaltungen im 1.000er Bereich (20 %), vornehmlich kulturell lagen.

TN-Cluster	VA-Kategorie	Besucher
< 50 TN	Business	231
	Kultur	260
50 bis 100 TN	Business	280
	Kultur	280
101 bis 200 TN	Business	1.736
	Kultur	2.928
201 bis 300 TN	Business	2.848
	Kultur	3.175
301 bis 400 TN	Business	6.197
	Gesellschaftlich	2.190
	Kultur	6.302
401 bis 500 TN	Business	4.939
	Gesellschaftlich	3.730
	Kultur	10.280
501 bis 750 TN	Business	7.166
	Gesellschaftlich	14.214
	Kultur	20.789
751 bis 1.000 TN	Business	8.830
	Gesellschaftlich	15.645
	Kultur	28.830
1.001 bis 1.500 TN	Business	4.000
	Gesellschaftlich	3.527
	Kultur	33.485
1.501 bis 2.000 TN	Business	4.000
	Kultur	22.554
2.001 bis 3.000 TN	Business	22.400
	Gesellschaftlich	13.100
	Kultur	9.700
> 3.000 TN	Gesellschaftlich	7.800
<b>Gesamtergebnis</b>		<b>261.136</b>

### 3.2.5 Besucherauslastung

Neben den tatsächlichen Veranstaltungsgrößen, die sich mit der Anzahl der Besucher/Teilnehmer ergeben, stellt sich die Frage nach der Besucherauslastung von Kulturveranstaltungen. Es soll die Frage beantwortet werden, wie gut die vergangenen Veranstaltungen besucht wurden und wie häufig dabei die Stadthalle „ausverkauft“ war.

Auf Basis der dafür verfügbaren Veranstaltungsstatistiken wurden Kulturveranstaltungen (ausschließlich Comedy und Konzerte, ohne Sport) nach Sitzplatzveranstaltungen mit einer möglichen Maximalkapazität von 1.600 und Stehplatzkonzerten mit maximal 3.000 Besucher angenommen. Sie wurden zur prozentualen Besucherauslastung mit den IST-Zahlen verglichen.

Zwischen 2014 und 2019 fanden in der ehemaligen Stadthalle insgesamt 169 Kulturveranstaltungen statt. Davon wurden 3 Veranstaltungen von mehr als 1.600 Besuchern besucht: 2014 „WHV gegen Gewalt & Wingenfelder“ (2.500 PAX), 2015 „Johannes Oerding“ (1.918 PAX). 2017 „Max Giesinger“ (1.750 PAX). Der Anteil von Stehplatzkonzerten ist somit verschwindend gering. Die Auslastung dieser einzelnen Veranstaltungen lag zwischen 58 % und 83 % der möglichen Stehplatzkapazität - keinesfalls ausverkauft. Die Besucher-auslastung der verbleibenden 166 Sitzplatzkonzerte/Comedyvorstellungen verteilt sich zwischen 2014 und 2019 und im Durchschnitt pro Jahr wie folgt:

Besucherauslastung Sitzplatzkonzerte + Comedy nach VAT (2014-2019 und im Durchschnitt)

Besucherauslastung (Bezug: 1.600 PAX)	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Gesamt VAT	Mittel VAT 2014/2019
100 %	3	2	2	2	1		10	2 (7 %)
90%	3	2	2	1	1	3	12	2 (7 %)
80%	2	4	2		1	1	9	2 (7 %)
70 %		2					2	2 (7 %)
60 %	8		4	1	1	2	14	3,2 (10 %)
50 %	1	2	3	7	4	3	20	3,3 (11 %)
< 50 %	11	11	19	20	16	19	89	16,0 (52 %)
Σ Veranstaltungen	28	23	32	31	24	28	166	30,5

Zu rund der Hälfte der durchschnittlichen Kulturveranstaltungen (16 VAT) kamen weniger als 50 % der möglichen Besuchergesamtkapazität der ehemaligen Stadthalle von 1.600 Sitzplätzen. Die restlichen, durchschnittlich rechnerischen 14,5 Veranstaltungen (VAT) waren besser besucht, wobei der Schwerpunkt der Auslastung bei 50 % und 60 % lag. Nur durchschnittlich 4 Sitzveranstaltungen waren mit 90 % und 100 % annähernd oder komplett ausverkauft („Paul Panzer“, „Atze Schröder“, „Abschiedskonzert MMKN“, „8. Sinfoniekonzert“, „Martin Rütter“, „Chris Tall“, „Wise Guys“). Das entspricht rund 14 %, die v.a. durch das Comedygeschäft getrieben sind. Eine Entwicklung, die sich seit 2016 verschlechtert und sich 2019 wieder verbessert hat.

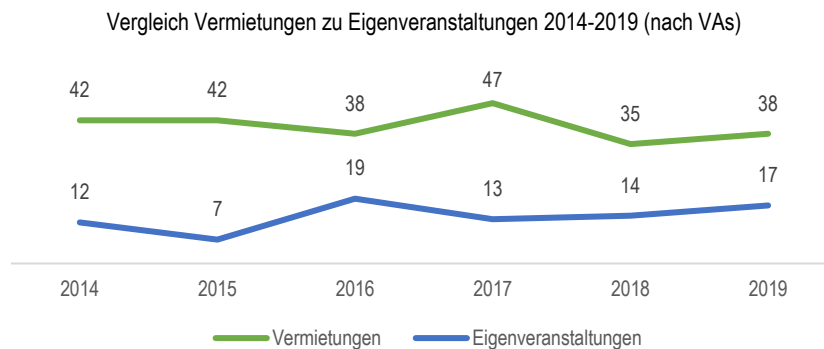
Die Erkenntnis, dass der Große Saal (Saal 1) im Zeitablauf nicht oder nicht mehr ausverkauft werden konnte, ist bei der Beurteilung der künftigen Saalgröße einzubeziehen. Dabei gilt es ebenso die Komponente der baulich-räumlichen Beschränkungen sowie feuerpolizeiliche Auflagen und formelle Einschränkungen zu berücksichtigen. Beides wird Einfluss auf die Buchungsabsicht von Veranstaltern/Künstlern und die damit einhergehende Absicht von Zuschauern, diese Veranstaltungen zu besuchen, gehabt haben.

Die Tatsache, dass trotz alledem namhafte Künstler v. a. aus dem Comedy-, aus dem Rock-/Pop-Bereich sowie die Sinfoniekonzerte die Halle gebucht bzw. genutzt haben, kann als Betreibererfolg interpretiert werden und perspektivisch eine Grundlage für das künftige Veranstaltungsprofil (quantitativ/qualitativ) bilden.

Zu hinterfragen sind dabei jedoch auch Effekte des preislichen Entgegenkommens seitens des Betreibers zur Gewinnung von Veranstaltungen, die es im Falle einer neuen Stadthalle in dieser Form und Höhe sehr wahrscheinlich nicht mehr geben kann. Auch spielen sog. „Mitnahmeeffekte“ in der Gewinnung von Veranstaltungen eine Rolle. D. h., ist ein Künstler/eine Produktion ohnehin „in der Gegend“ und hat freie Termine, so werden auch Häuser wie in Wilhelmshaven, die ggfs. nicht im originären Tourplan enthalten waren, bei Gelegenheit (und entsprechender Wirtschaftlichkeit für den Act) als Spielort mit ausgewählt. Dies ist ein nicht/schwer kalkulierbares Geschäft, dessen Erfolg von mehreren Faktoren abhängig ist – eine neue Halle und das Netzwerk des Betreibers können hier erfolgsversprechende Treiber sein – sie sind Grundvoraussetzung.

### 3.2.6 Risikostruktur (Vermietung/Eigenveranstaltung)

In der Stadthalle Wilhelmshaven fanden neben dem reinen Vermietgeschäft (Anmietungen) auch einige Eigenveranstaltungen, also Veranstaltungen statt, bei denen der Betreiber gleichfalls als Veranstalter agiert.



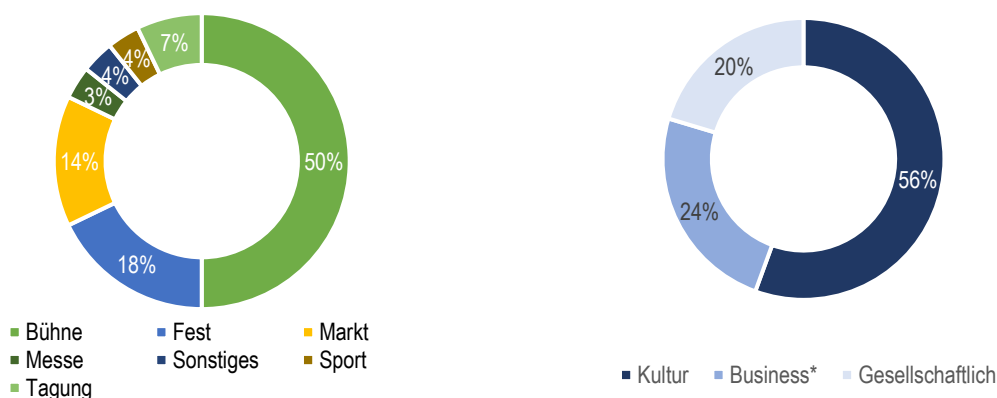
Dieses Geschäft gilt aus (wirtschaftlicher) Betreibersicht als Risikogeschäft, ist aber ein probates Mittel, den Einwohnern der Stadt ebenfalls attraktive Veranstaltungen anzubieten, die marktbedingt ggf. nicht in Wilhelmshaven stattfinden. Das Auslastungs- und Verkaufsrisiko geht bei Eigenveranstaltungen vom externen Veranstalter (üblicherweise der Mieter) auf den Betreiber über.

Zu Gunsten eines vielseitigen kulturellen Programms im Rahmen der Daseinsfürsorge sind Eigenveranstaltungen ein nicht unübliches Mittel, um Grenzen der Marktmachbarkeit zugunsten der heimisch-lokalen Bevölkerung bewusst zu begegnen (Stichwort: Kulturbudget). Dies geht jedoch sehr häufig zu Lasten der Wirtschaftlichkeit, wenn sich die „Refinanzierung“ des gekauften „Acts“ über Ticketeinnahmen nicht einstellen lässt (siehe Grundsatzentscheidung: Daseinsfürsorge vs. Wirtschaftlichkeit „aka“ Kultur- vs. Finanzbudget/-strategie). Eine Rechtfertigung liegt in möglichen Sekundäreffekten aber vor allem im gesellschaftlich-kulturellen Wohlbefinden der Bevölkerung. Sie steigern damit gleichfalls die Auslastung und Belegung der Veranstaltungsimmobilie.

Das Verhältnis „Vermietungen zu Eigenveranstaltungen“ lag in Wilhelmshaven bisher bei rund 75 % zu 25 %. Der Anteil der Eigenveranstaltungen stieg seit 2016 an. Dieser Entwicklung scheint nach Auskunft des Betreibers eine bewusste strategische Entscheidung zugrunde zu liegen.

### 3.2.7 Veranstaltungsarten/-kategorien

Veranstaltungsprofil Stadthalle nach VA-Kategorien der Stadthalle und aggregiert (VAs 2014-2019)



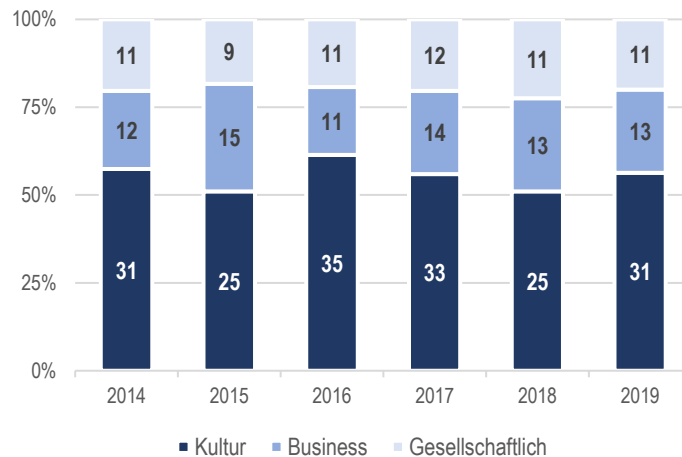
**Kultur** (Bühne, Fest, Sport, Teile „Sonstiges“), **Business** (Markt, Messe, Tagung, Teile „Sonstiges“), **Gesellschaftlich** (Fest, Teile von „Sonstiges“)  
 \* nur 7 % Tagungen stellen originäres MICE Geschäft dar. Der Rest sind Messen, Märkte, Börsen

Die ehemalige Stadthalle wurde hauptsächlich kulturell bespielt. Konzert-/Bühnen- und Tanz-/Turnveranstaltungen markieren die dahinterstehende treibende Kraft. Märkte und Messen sorgen dafür, dass die aggregierte Veranstaltungskategorie „Business“ ein Viertel der Belegung ausmacht, wobei es sich hierbei haupt-



sächlich um Märkte (Flohmärkte, „Frauenräume“, „Kinderschätze“), Tagungen (u. a. Prüfungen der IHK) und die Eigenmesse job4you handelt. Seminar- und Tagungsveranstaltungen i. e. S. fanden nicht zuletzt auch aufgrund des dafür beschränkten Raumangebotes in der Stadthalle nicht/kaum statt. Gesellschaftliche Veranstaltungen bildeten mit Festen/Feierlichkeiten/ Bällen einen fast gleichgroßen Anteil.

Veranstaltungsprofil Stadthalle nach VA-Kategorien der Stadthalle und aggregiert (VAs im Jahresvergleich)

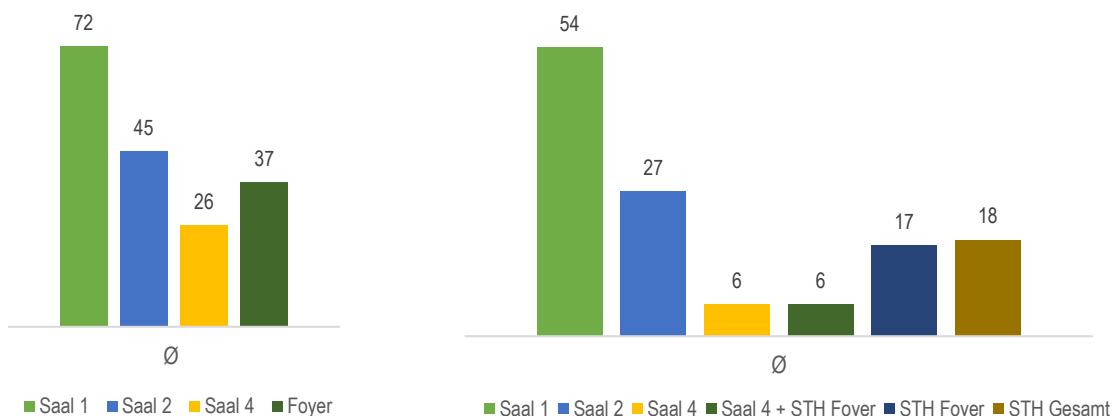


Die Veranstaltungsstruktur war über die Jahre weitgehend stabil. Die Stadthalle war demnach kulturell und gesellschaftlich geprägt. Es fanden regelmäßig zwischen 1 und 3 Messen pro Jahr stat. Klassisches Tagungs- und Kongressgeschäft (MICE-Geschäft) fand faktisch nicht statt.

### 3.2.8 Raumbellegung

Die Raumbellegung lag im Betrachtungszeitraum bei durchschnittlich 180 Belegungen p. a., d. h. an 180 Tagen waren Räume (einzeln/in Kombination) jährlich im Durchschnitt durch Veranstaltungen belegt. Dabei wurde hauptsächlich Saal 1 oder Saal 2 oder vereinzelt Saal 4 genutzt. Saal 1 und 2 waren v. a. bühnenlastige Formate bzw. Veranstaltungen mit Bühnenbedarf zu verzeichnen. Im Foyer fanden vornehmlich Feste, Märkte und Tanzveranstaltungen z. T. auch alleinierend, d. h. unabhängig von einer Saalnutzung statt.

Ø Raumbellegung (2014 – 2019 Status Quo) nach Räumen und Raumkombinationen



Kombinationen der Säle gab es ebenso untereinander wie auch die Nutzung von weiteren Räumen z. B. im Fall von Flohmärkten, Sinfoniekonzerten sowie bei div. weiteren Veranstaltungen, bei denen einzelne Räume z. B. als Umkleieräume, als Sanitätseinsatzzentralen, als Cateringaufstellfläche etc. genutzt wurden.

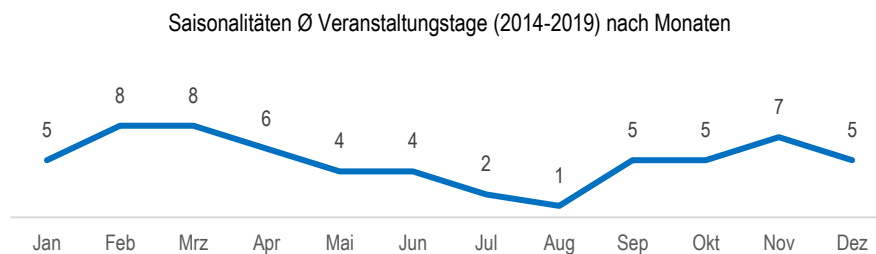
Raumkombinationen gab es nur dann, wenn die Stadthalle gesamt belegt wurde (Handwerkerball, Kinderkarneval, Marineball, Festakt Stadtjubiläum) oder Saal 4 mit dem Foyer kombiniert wurde. Das ist der Grund, weshalb diese branchenweit übliche Kennzahl relativ gering und nah an der Kennzahl der Gesamtbelegung liegt.

Saal	VaArt (WH)	RBEL
Saal 1	Bühne	27%
	Fest	8%
	Markt	3%
	Sonstiges	2%
	Sport	3%
	Tagung	2%
Saal 2	Bühne	17%
	Fest	4%
	Tagung	1%
Saal 4	Bühne	3%
	Sonstiges	1%
	Tagung	1%
Saal 4 + STH Foyer	Messe	1%
	Sport	1%
STH Foyer	Bühne	0%
	Fest	1%
	Markt	10%
	Messe	1%
	Sonstiges	1%
STH Gesamt	Fest	8%
	Messe	5%
	Sonstiges	1%
	Tagung	0%

### 3.2.9 Saisonalität

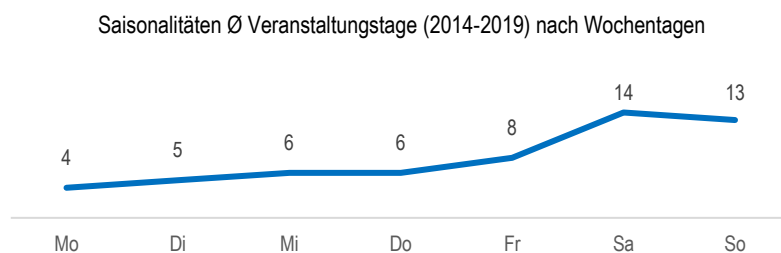
Die bisherige durchschnittliche Nutzung der Stadthalle verlief grundsätzlich branchenkonform. Die Auslastungshöhepunkte lagen im Frühjahr mit sinkender Tendenz Richtung Sommer(-ferien) und steigender Tendenz Richtung Jahresende mit einem weiteren Peak im November.

Saisonalität monatlich:



Dass sich trotz der relativ geringen Auslastung dennoch die branchenübliche Verteilung auf die Monate ergibt, ist bemerkenswert und zeigt, dass das Programm grundsätzlich ausgewogen war und annähernd repräsentativ für Stadthallen war. Vermarktungspotenzial für einen Neubau liegt grundsätzlich aber vor allem zwischen März und Juni sowie im 2. Halbjahr vor.

Saisonalität wochentags:



Bei Wochentagen, an denen Veranstaltungen stattfanden, zeigt sich, dass dies v. a. samstags und sonntags erfolgte. Ein Umstand, der den hohen kulturellen und gesellschaftlichen Nutzungsgrad untermauert. Wesentliche Treiber, die dafür sorgen, dass auch unterhalb der Woche Veranstaltungen stattfanden, waren Sinfonie-

und andere (philharmonische) Klassikkonzerte, Prüfungen der IHK sowie kulturelle Veranstaltungen (Konzerte, Comedy).

Die Tatsache, dass auch unterhalb der Woche Kulturveranstaltungen stattfinden, ist als Besonderheit hervorzuheben (Mitnahmeeffekte durch Veranstaltungsagenturen aber auch Preiseffekte durch punktuelle Nachlässe des Betreibers). Davon ausgehend lässt sich für einen Neubau möglicherweise Vermarktungspotenzial auch unterhalb der Woche für Wilhelmshaven ableiten.

### 3.2.10 Besonderheiten innerhalb des Veranstaltungsmix

Wie branchenweit üblich und aus kulturellen sowie wirtschaftlichen Gründen sinnvoll, existierten auch in der Stadthalle Wilhelmshaven wiederkehrende Veranstaltungen. Diese machten in Wilhelmshaven mit 172 von 305 Veranstaltungen in 6 Jahren über 56 % aller Veranstaltungen aus. Dazu zählten nach Anzahl der Durchführung pro Jahr priorisiert:

Wiederkehrende Veranstaltungen (> 2 VAs in 6 Jahren, zum Teil auch mehrmals pro Jahr)

Veranstaltungen	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Sinfoniekonzerte	8	8	8	8	8	8
Flohmarkt	5	5	4	4	5	3
weitere Klassikkonzerte	2			2		5
Russische Veranstaltungen	2	2	3		1	
Freisprechungsfeier	2	2	2	2	2	2
Tanzveranstaltung	1	1	2	1	1	1
Marinaball	1	1	1	1	1	
Paul Panzer	1	1	1		1	
Handwerkerball	1	1	1	1	1	1
Die Nacht der Musicals	1	1	1	1		
Sascha Grammel	1		1			1
Job4You Messe	1	1	1	1	1	1
Vorträge	1	1	1	2	2	
Kinderkarneval	1	1	1	1	1	1
Wise Guys	1	1	1	1		
Abibälle	1	2	2	3	4	2
Magie der Travestie	1	1	1	1	1	
Veranstaltungen	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Galaball von Oehsen		1	1	1	1	
IHK-Prüfungen		3	4	2	2	
Philharmoniekonzerte				5	2	
<b>Gesamtergebnis (Anteil wiederkehrend an Gesamt)</b>	<b>31 (58 %)</b>	<b>33 (69 %)</b>	<b>36 (63 %)</b>	<b>37 (62 %)</b>	<b>33 (67 %)</b>	<b>25 (45 %)</b>

Es zeigt sich, dass das garantierte und wiederkehrende (planbare) Stattfinden von Veranstaltungen dem Veranstaltungskalender grundsätzlich eine Grundauslastung ermöglicht. Dies verringert das wirtschaftliche und Auslastungsrisiko. Jedoch war der Anteil mit jährlich deutlich über 50 % sehr hoch, was auf wenig Entwicklung bei allen anderen Veranstaltungen hindeutet (bei abnehmender Zuschauerresonanz) untermauert. Darüber hinaus zeigt sich auch, dass insbesondere im Jahr 2019 vor allem ehemalige Comedy-/Konzertveranstaltungen ausblieben. Dies kann künstlerbedingt sein – aber auch eine grundsätzliche Tendenz darstellen.

### 3.2.11 Fazit Nutzungs-/Veranstaltungsprofil

Die Auslastung der Stadthalle Wilhelmshaven war seit 2014 absolut und strukturell mit durchschnittlich 55 Veranstaltungstagen, 118 Belegungstagen an 105 Kalendertagen auf vergleichsweise geringem Niveau stabil. Die Besucherresonanz hatte sich tendenziell seit 2014 leicht verringert, jedoch 2019 mit 43.000 Besucher wieder auf dem Niveau von 2015 und 2017 über 40.000 Besucher eingependelt. Ein Großteil der Belegungen entstand durch vermutlich organisatorisch-logistisch (letztlich baulich bedingt) erforderliche interne Aufbauitage. Das waren Tage ohne positiven wirtschaftlichen Effekt; Tage, die für die Vermarktung der Halle nicht zur Verfügung standen oder die Vermietung zweier Veranstaltungen an aufeinander folgenden Tagen („Back-to-Back-Productions“) erschwerte (hohe Opportunitätskosten). Für 75 % der Veranstaltungen wurden die Räume der Stadthalle vermietet. 25 % der Veranstaltungen waren Eigenveranstaltungen des Betreibers, deren Anteil im Jahr 2019 leicht anstieg (Risikogeschäft!).

Das Nutzungsprofil der Stadthalle war mit 50 % überwiegend kulturell und 25 % gesellschaftlich geprägt. Weitere 22 % können grundsätzlich einer Businessnutzung zugeordnet werden, worunter aber nur ein Bruchteil auf so genannte MICE-Veranstaltungen fällt. Der Großteil nicht kultureller oder gesellschaftlicher Veranstaltungen waren Flohmärkte und weitere Börsen, Messen. Ob MICE-Veranstaltungen aufgrund fehlender Räumlichkeiten nicht nachgefragt wurden, oder ob es hierfür anstelle einer Stadthalle in Wilhelmshaven bessere/geeignere Locations gab/gibt, lässt sich aus den Veranstaltungsstatistiken isoliert nicht ablesen.

Das Nutzungsprofil bzw. die Veranstaltungsstruktur war über die Jahre weitgehend gleich und stabil. Über 50 % der Veranstaltungen der Jahre 2014-2019 waren wiederkehrende Veranstaltungen. Darunter fallen alle die, die in diesem Zeitraum mindestens 2 bis 26 Mal stattfanden. Auf diese Art und Weise wurde eine hohe Grundauslastung gewährleistet. Das restliche Programm hat sich dem gegenüber jedoch nicht wesentlich entwickelt.

Mit durchschnittlich 180 Raumbelagungen war auch diese Kennzahl vergleichsweise gering. Dies liegt an der grundsätzlichen geringen Anzahl vermietbarer Räume und die Tatsache, dass diese in nahezu keiner Raumkombination vermietet wurden. Die einzigen Kombinationen waren Saal 4 in Verbindung mit dem Foyer sowie Nutzungen des gesamten Hauses.

Die überwiegende Veranstaltungsgröße lag mit rund 75 % der Veranstaltungen zwischen 500 und 2.000 Besucher. Für große, traditionelle, wiederkehrende Veranstaltungen wurden auch bis zu 4.000 Besucher erreicht/benötigt (z. B. „Wilhelmshaven tanzt“). 20 % der Veranstaltungen fanden mit 750 bis 1.000 Besuchern statt. Ob kleinere Veranstaltungsformate aufgrund nicht verfügbarer Räumlichkeiten oder nachfragebedingt nicht stattfanden, kann aus dieser Datenlage nicht beantwortet werden. Veranstaltungen mit über 3.000 Besucher waren die Ausnahme, wurden jedoch von vereinzelt Comedians und Musikern erreicht.

Die Verteilung der Veranstaltungen auf Monate und Wochentage (Saisonalität) war branchenüblich. Aufgrund der grundsätzlich geringen Auslastung ergibt sich grundsätzliches Vertriebspotenzial pro Monat, auch in den branchenüblich höher frequentierten im Frühjahr und Herbst. Gleiches gilt für die üblich beliebten Wochentage für kulturelle und gesellschaftliche Veranstaltungen. Interessant ist die Tatsache, dass namhafte Comedians und Musiker auch an sonst weniger üblichen Wochentagen, sogar an Montagen, spielten.

Das vorhandene Nutzungsprofil stellt den Status Quo der lokalen/regionalen Nachfrage in Bezug auf die Stadthalle durch ihre Mieter und durch die Besucher der Veranstaltungen im Zeitraum 2014-2019 dar. Das Niveau konnte innerhalb dieser fünf Jahre auf quantitativ stabilem Niveau gehalten werden, obgleich die Qualität des Veranstaltungsaufenthalts (sowohl für Künstler als auch für Besucher) aufgrund der schwierigen räumlichen Parameter kontinuierlich sank.

Für die Überführung in ein SOLL-Profil einer neuen Stadthalle gilt es insbesondere abzuwägen, welche Parameter das Profil der ehemaligen Stadthalle bestimmt und getrieben haben. Wesentliche Parameter waren und sind der Markt und Wettbewerb, der jedoch nicht losgelöst und unbeeinflusst vom Charakter, der Qualität und dem räumlichen Angebot der alten Stadthalle sowie deren davon abhängigen Betriebsführung betrachtet

werden kann und darf. Letztlich werden die Markteinschränkungen sowie die künftige Immobilie an sich die Basis der aktuell geringen Auslastung gewesen sein.

### 3.3 SOLL-Nutzungsprofil neue Stadthalle Wilhelmshaven

Für das Bestimmen eines Nutzungsprofils für eine neue Stadthalle wird von der Existenz einer solitären, neuen Stadthalle ausgegangen. Darin werden künftig unterschiedliche Arten von Veranstaltungen mit einem breiten, inhaltlichen Themenspektrum – von Kultur und Unterhaltung über Gesellschaft bis hin zu wirtschafts- und wissenschaftsnahen Veranstaltungen – durch diverse Nutzer möglich sein. Für die Stadt Wilhelmshaven lassen sich somit folgende Grundannahmen in Bezug auf eine neue Stadthalle ableiten:

- Die neue Stadthalle wird die zentrale Veranstaltungsstätte der Stadt, insbesondere für kulturelle und gesellschaftliche Veranstaltungen und (ergänzend) auch für wirtschafts-/wissenschaftsnahen Veranstaltungen und Formate.

In der ehemaligen Stadthalle fanden kommerzielle Kultur- und Unterhaltungsveranstaltungen (= Live-Entertainment“) statt. Dies sollte/wird auch in einer neuen Stadthalle der Fall sein. Eine neue Stadthalle sollte nicht zuletzt auch aufgrund demographischer Entwicklungen (Stichwort: Bevölkerungsentwicklung, Standortentwicklung), ihrer Rolle als sozio-kultureller Treffpunkt, als Tourismusattraktion, der Situation relevanter Wettbewerbshäuser sowie der Langfristigkeit der Investition und Nutzung des Objektes auch zukünftig Veranstaltungen aus diesem Segment im Größensegment 1.200/1.500 bis maximal 2.000 Personen (in Reihen) abdecken können. Kleinere Veranstaltungen, Veranstaltungen mit Club-Charakter, Kleinkunstformate etc. können nach wie vor im Pumpwerk stattfinden, ohne dabei eine Wettbewerbssituation zur Stadthalle zu kreieren. Dies insbesondere, wenn beide Häuser durch denselben Betreiber betrieben werden. Die beiden Locations Stadthalle und Pumpwerk wären in ihrem Charakter, der Größe und Ausrichtung zu unterschiedlich, als dass sie im direkten Wettbewerb zueinanderstehen würden. Dabei gilt aber, dass mit der Existenz einer neuen Halle in Wilhelmshaven der Standort zwar wieder verstärkt in den Fokus kommerzieller Kulturveranstalter rückt, den es vertrieblich auf- und auszubauen gilt. Nur aufgrund der Existenz/der Bereitstellung einer weiteren Halle wird sich aber der Veranstaltungsmarkt und Bedarf nicht vergrößern, er wird aber anders unter den Locations aufgeteilt. Die reine Existenz einer neuen Halle ist kein Selbstläufer. Vertrieb, Betreiberkompetenz- und Professionalität sind zwingende Voraussetzungen, das Potenzial für Veranstaltungen zu aktivieren.

Die neue Stadthalle wird absehbar (insofern politisch/strategisch auch gewollt, was dringend anzuraten ist) auch Veranstaltungsort für ortsansässige Vereine, Schulen und Organisationen und deren Veranstaltungen (= Gesellschaftsveranstaltungen). Demzufolge ist auch aufgrund des Angebotes an Raumkapazitäten in den diversen Locations in und im Umfeld Wilhelmshaven ein Angebot an kleinteiligeren Raumkapazitäten vorzusehen. Schulabschlussveranstaltungen (z. B. Abibälle, Semesterpartys) und Tanzschulabschlussbälle sind für die neue Stadthalle mit zu berücksichtigen.

Einen schwer zu spezifizierenden Einfluss auf die künftige Auslastung wird die Gestaltung des künftigen Mietpreises haben. Es wird davon ausgegangen, dass dieser bei einem Großteil der potenziellen Nutzer zu einer Nichtbuchung der Stadthalle führen kann, d. h. zu einem Verbleib in der bisherigen Location (≠ Stadthalle). Dies, da davon ausgegangen werden sollte, dass neben kommerziellen Nutzern auch lokale Vereine, Schulen und Organisationen für die Nutzung dieser neuen Kapazitäten grundsätzlich (zunächst einmal) marktübliche Preise zahlen. Ggfs. gleicht die Stadt diese Mietzahlung über andere Fördermöglichkeiten aus.

- Zudem könnte die Stadt selbst und stadtnahe Einrichtungen die Stadthalle für größere, repräsentative oder verwaltungsinterne Veranstaltungen (z. B. Sitzungen, Versammlungen, Feiern, Empfänge) regelmäßig nutzen. Auch hierbei kann es je nach Auslastungshöhe zu Terminüberschneidungen kommen.



- Das Potenzial für wirtschafts- und wissenschaftsnahe Businessveranstaltungen, wie z. B. Schulungen, Meetings, Konferenzen und Tagungen oder auch Firmenevents wird am Standort Wilhelmshaven grundsätzlich und für eine neue Stadthalle als eingeschränkt aktivierbar aber durchaus vorhanden eingeschätzt.

Der Grund für die Einschränkung liegt sowohl in Belegungs- und Preisaspekten als aber auch dem beschränkten Markt-/Nachfragegebiet, der Erreichbarkeit Wilhelmshavens sowie in Entwicklungen im Arbeits-/Berufsumfeld begründet (Digitalisierung, New-Work-Formate, Hybride-Events. Etc.). Auch wirken rechtliche Aspekte ggfs. einschränkend (Stichwort: Beihilfe, Haushalt). In Wilhelmshaven gibt es für dieses Segment eine intensive, privatwirtschaftliche und damit rechtlich relevante Wettbewerbssituation z. B. mit dem Atlantic Hotel und dem Gorch-Fock-Haus, den Angebote an Konferenz-/Tagungsräumen in den diversen Unternehmen und anderen Einrichtungen vor Ort (z. B. TWWP, Jade Innovationszentrum) sowie auch den etablierten Angeboten anderer Veranstaltungshäuser im Umkreis Wilhelmshavens.

Die neue Stadthalle sollte aber dennoch grundsätzlich die Möglichkeit bieten, Veranstaltungen aus diesem Segment bedienen zu können. Der Fokus könnte auf Veranstaltungen mit mehr als 50 Personen liegen, da Veranstaltungen mit weniger als 50 Personen i. d. R. von Hotels/Gaststätten, Vereinsheimen etc. bereits abgedeckt wird und ein größerteiliges Angebot der Stadthalle dann nicht als Wettbewerb, sondern als Ergänzungsangebot zu werten ist.

- Gewisse Potenziale sowie die Übernahme bisheriger Veranstaltungen (Job4You, Märkte, Börsen) werden auch im Segment der kleineren Messen, Ausstellungen und Märkte gesehen. So sind kleine und mittelgroße Messen/Märkte und Ausstellungen, wie z. B. Immobilien-/Haushaltsmessen Schallplattenbörsen, Ausstellungen auch in einer neuen Stadthalle denkbar. Endverbraucherermessen i. e. S., wie z. B., Natur- & Gartenmessen o. Ä. haben dagegen in der Regel große Raum-/Flächenbedarfe sowie Anforderungen an die Erreichbarkeit – Anforderungen, welche die neue Stadthalle räumlich und flächenmäßig entweder gar nicht oder nur mit kostenintensiven Investitionen und aufwendigen Vorkehrungen im Betrieb erfüllen könnte (Stichwort: Grünfläche, Stellplätze, Brandschutz/-lasten).
- Traditionsveranstaltungen wie z. B. das Hafen- und Stadtfest „Wochenende an der Jade“, Segelsport-Events oder auch neu zu schaffende Events am Banter See (Seefest, Open-Air-Events etc.) sowie weitere stadttypische und gesellschaftspolitisch erwünschte Veranstaltungen können und sollen auch zukünftig in/an der Stadthalle stattfinden (z. B. Wilhelmshaven tanzt, Job4You, Kinderkarneval, Frauenträume, Flohmärkte, Handwerker- und Marineball).
- Eine multifunktionale Nutzung der Stadthalle im Sinne einer „Sport- oder Mehrzweckhalle“, die auch z. B. für Ballsport genutzt werden könnte, ist nicht zu berücksichtigen. Durch diese Veranstaltungsarten verändert sich der Charakter und der Betrieb des Hauses deutlich, was zu einer grundsätzlichen, anforderungsbedingten Nutzungs- und Größenasymmetrie sowie wesentliche Mehrkosten im Invest und Betrieb bedeuten würden (siehe hierzu auch nachfolgenden Punkt 3.5.6).

So findet ein möglicher Ligaspielbetrieb in den gängigen Ballsportarten i. d. R. im Zeitraum Mittwoch bis Sonntag, mit den Tagen Donnerstag und Sonntag als Hauptspieltage statt. In professionellen Ligen müssen Gastmannschaften gem. Statuten der Ligen mindestens einen halben Tag vor dem eigentlichen Spiel in der Halle trainieren können, hinzu kommen erforderliche Rüstzeiten für den Auf- und Abbau des gesonderten Sportbodens, der Tribünen, der Sponsoren- und Technikanlagen etc. Somit ist die jeweilige Spielstätte an den auch für Kultur- und Gesellschaftsveranstaltungen wichtigen und am stärksten nachgefragten Tagen (sowie an den Rüsttagen) durch einen sportiven „Ankermieter“ bereits blockiert und kann demzufolge nicht anderweitig genutzt werden.

Hinzu kommt, dass eine neue Stadthalle Wilhelmshaven aufgrund des üblichen und mannigfaltigen gesellschaftlichen und kulturellen Schwerpunkts gem. Vorgaben der Politik in Größen bis zu 2.000 Teilnehmer in Reihenbestuhlung perspektivisch dimensioniert werden soll. Für die Austragung von

beispielsweise Basketballbundesligaspielen ist aber eine Halle mit derzeit (noch) 3.000 Sitzplätzen in den Rängen erforderlich (1./2. Bundesliga). Zusätzlich zu der dafür erforderlichen Gebäudegröße im Stile einer Mehrzweck-/Multifunktions-/Arena ergibt sich im Innenraum (ohne Spielparkett) darüber hinausgehende/r Fläche/Platz, dessen Größe für Veranstaltungen in Wilhelmshaven bzw. für Veranstaltungen, die sonst in der Stadthalle stattfänden, deutlich überdimensioniert und vom Ambiente für andere Nutzungen gänzlich ungeeignet wäre (Ausnahme: große Firmenevents mit über 1.000 Teilnehmer – jedoch mit sehr hohem Dekorationsaufwand).

Gesellschaftliche Sportveranstaltungen wie beispielsweise der Tanzsport, ggf. eSport-ähnliche IT-bezogene Netzwerkspiele sowie Showsport-Veranstaltungen, wie z. B. Billard, Darts dagegen könnten in der neuen Stadthalle im begrenzten Umfang stattfinden (einschränkender Faktor: Sanitär- und Umkleidebereiche sowie Belegungen). Gleiches gilt für die Übernahme bisheriger Sportevents, wie Stepmeisterschaften, Meisterschaften im StreetDance, Dance4Fans Contest, etc.).

Es erscheint daher ratsam, das Veranstaltungsspektrum der Stadthalle u. a. auf folgende Veranstaltungsarten und -formate zu konzentrieren:

Nutzungsspektrum bzw. Veranstaltungsarten/-formate neue Stadthalle Wilhelmshaven (Vorschlag)

Veranstaltungen	Beispiel	Fokus
<b>Kultur</b>		<b>Kern-/Primärgeschäft</b>
Darstellende Produktion	Comedy, Kabarett, Theater, Shows, Kino, Film, etc.	
Konzertante / Musikalische Produktion	Konzerte (U/E), Musical, Festival, etc.	
Vortrag / Podiumsdiskussion	kulturell, wirtschaftlich, informativ	
<b>Gesellschaft / Soziales</b>		
Bälle / Bankette	Marinaball, Handwerkerball, Silvester, Abi, etc.	
Festlichkeiten / Feiern / Empfänge	Private, Vereine, Stadt, etc.	
Brauchtumsveranstaltung	Karneval, WH tanzt etc.	
<b>Privatfeiern</b>	Geburtstage, Hochzeiten, etc.	<b>Im kleineren Umfang</b>
<b>Ausstellung</b>	kulturell, wirtschaftlich, informativ	
<b>Messe / Börse / Markt</b>	job4you, Flohmärkte, Börsen, etc.	<b>Im kleineren Umfang</b>
<b>Firmenevents</b>		<b>Sekundärgeschäft mit wirtschaftlicher Relevanz</b>
Versammlung	Mitarbeiter, Betrieb, HV etc.	
Produktpräsentation		
Prüfungen	IHK	
Feiern / Events		

Veranstaltungen	Beispiel	Fokus
<b>Meeting-Veranstaltungen</b>		<b>Sekundärgeschäft mit wirtschaftlicher Relevanz</b>
Besprechung/Seminar	Volkshochschule, Musikschule, Steuerberater, etc.	
Schulung/Workshop	< 30 Teilnehmer	
Konferenz	< 50 Teilnehmer	
Tagung	< 200 Teilnehmer	
Kongress	> 200 Teilnehmer	
<b>Sport</b>	Turniere, Wettkämpfe, Meisterschaften, etc.	<b>Turniertanzen, Gesellschaftsspiele, eSport-ähnliche Spiele</b>

### 3.4 Marktseitige Einflussfaktoren bzw. Anforderungen

Die Nutzung, Akzeptanz und das wirtschaftliche Ergebnis einer Veranstaltungsstätte wie beispielsweise einer Stadthalle Wilhelmshaven hängen von einer Vielzahl interner und externer Faktoren ab, die sich im wechselseitigen Zusammenspiel und gegenseitiger Abhängigkeit auf den Veranstaltungsbetrieb insgesamt auswirken:

Betriebs-/veranstaltungsstättenbedingte Faktoren, u. a.:

- Lage und Erreichbarkeit
- Gebäudesituation, Raumprogramm und technische Ausstattung
- inhaltliche Ausrichtung des Hauses, Nutzungs-/Veranstaltungsmix
- personelle und finanzielle Ausstattung des Veranstaltungsbetriebs
- Know-how, Engagement und Netzwerk der beschäftigten Mitarbeiter
- Grad der Markt- und Serviceorientiertheit
- Professionalität der Organisationsstrukturen und Arbeitsabläufe

Standort-/marktbedingte Faktoren, u. a.:

- Konkurrenzsituation zu benachbarten Städten und Einrichtungen
- Präferenzen des regionalen Publikums
- Verfügbarkeit von Künstlern, Partnern und Dienstleistern oder sonstigen Akteuren
- allgemeine gesellschaftliche und kulturelle Trends
- allgemeine Wirtschaftslage

#### 3.4.1 Allgemeine Nutzeranforderungen an eine neue Stadthalle

Veranstaltungshäuser, wie eine neue Stadthalle Wilhelmshaven und auch die übrigen Veranstaltungslocations auf lokaler, regionaler und überregionaler Ebene stehen im zunehmenden Wettbewerb zueinander. Alle Veranstaltungshäuser, egal ob Bürgerhäuser oder Stadthallen, ob Tagungs-, Kongress- oder Messezentren, ob Tagungshotels oder Eventlocations müssen sich den Anforderungen des Marktes bzw. der Nachfrager (Veranstalter und Besucher) stellen, um ihre Existenzberechtigung und Wettbewerbsfähigkeit fortwährend zu untermauern.

Das Angebot einer Veranstaltungsstätte insgesamt, dessen Umfang und Struktur sowie die Qualität des Raum- und Ausstattungsprogramms sind dabei wesentlich, eine Spezialisierung auf bestimmte, bestenfalls „verwandte“ Veranstaltungsarten ist wichtig bzw. sinnvoll. Das Raum- und Ausstattungsangebot sollte grundsätzlich funktional, technisch hochwertig und bestenfalls differenziert und flexibel sein, um im Wettbewerb mit anderen Häusern mithalten oder sogar eine Nische besetzen zu können. Gleichzeitig gilt es, die zunehmend strikteren und sich stets aktualisierenden, gesetzlichen und gesellschaftlichen Mindestanforderungen zu erfüllen, um einen Veranstaltungsbetrieb im jeweiligen Haus überhaupt durchführen zu dürfen und können (Stichwort: Brandschutz, Energiekonzept, Daseinsvorsorge/Beihilfe etc.).

Für eine neue Stadthalle in Wilhelmshaven wird davon ausgegangen, dass das Nutzungskonzept ein inhaltliches Themenspektrum von Kultur über Wirtschaft bis Gesellschaft abdecken soll. Dabei haben die einzelnen Kunden und deren Veranstaltungen – die Veranstaltungsarten und Nutzergruppen - jeweils spezifische und z. T. unterschiedliche Anforderungen an die Räumlichkeiten, deren Strukturen, die Ausstattung, die Qualitäten und an die Immobilie selbst.



Während Konzert-/Kulturveranstaltungen im fremdproduktionsbasierten Live-Entertainment-Bereich (Musik (Rock/Pop), Comedy, Show etc.) im Regelfall geringere Ansprüche an die Immobilie, deren Ambiente und die technische Ausstattung selbst stellen (i. d. R. Produktionen mit eigenem Equipment und Bedarfen nach einer „Black Box“), ist üblicherweise das Image, das Erscheinungsbild, die Gebäude- und Ausstattungsqualität sowie das Umfeld der Immobilie für Kulturveranstaltungen im klassischen Segment (Opern, Theater, Ballett etc.), für wirtschaftsnahe sowie gesellschaftliche Veranstaltungen und deren Veranstalter bzw. Teilnehmer von größerer bis wesentlicher Bedeutung.

In diesem Spannungsfeld bewegt sich auch die zukünftige Stadthalle. Hier gilt es, mit einem ansprechenden Angebot – sowohl in Bezug auf die Immobilien als auch hinsichtlich des Umfeldes – die Anforderungen der Zielkunden und Nutzer zu erfüllen, um dauerhaft attraktive und wirtschaftlich durchführbare Veranstaltungen gewinnen zu können, dieses im Wettbewerb entsprechend zu positionieren und erfolgreich zu betreiben.

Vor dem Hintergrund der Einschätzung des Veranstaltungsmarktes in Wilhelmshaven (siehe Kapitel 1) und des vorhandenen Bedarfs und der Nachfrage nach Veranstaltungskapazitäten einer Stadthalle sowie unter Berücksichtigung des bisherigen Nutzungsprofils der ehemaligen Stadthalle ist es ratsam, den Hauptveranstaltungsbereich der Stadthalle – die Säle, Räume und Foyers – möglichst multifunktional auszugestalten. Dies, um das Haus möglichst multifunktional und vielseitig nutzbar auszugestalten.

### 3.5 Nutzergruppenspezifische Anforderungen

Auf Basis der Analyse des Veranstaltungskalenders der ehemaligen Stadthalle (siehe nachfolgenden Punkt), den obigen Ausführungen zum allgemeinen Nachfrage-/Nutzungsprofil und den Nutzungsprofilen anderer Stadt-/Veranstaltungshallen in ähnlichen Konstellationen wie in Wilhelmshaven, können folgende grundsätzliche Nutzergruppen als Nachfrager von Veranstaltungskapazitäten generell und so auch für eine neue Stadthalle Wilhelmshaven heute und in absehbarer Zukunft abgeleitet werden:

#### 3.5.1 Nutzergruppe „Kultur/Unterhaltung (Live-Entertainment)“

Die Nutzergruppe Kultur/Unterhaltung, die für Stadt- bzw. Veranstaltungshallen sowie auch für klassische Kulturhäuser, wie z. B. Theater, Konzerthäuser etc. als kommunale Veranstaltungszentren stets eine wichtige Rolle im allgemeinen Kulturleben der Stadt darstellen, setzt sich u. a. zusammen aus:

- Agenturen/Veranstalter (darunter auch lokale Kultur- bzw. Theatergruppen),
- Künstler und Produktionsgesellschaften (darunter auch lokale Kultur-/Theatergruppen)

Für die Durchführung von Veranstaltungen aus dieser Nutzergruppe bzw. diesem Segment in einer Stadthalle, insbesondere aus dem Segment der Live-Entertainment-Veranstaltungen (Konzerte (Rock/

Pop), Comedy, Shows) sind Faktoren, wie Preismodell, Raum-/ Flächenmaße, Hängepunkte und -raster, Anschlüsse sowie Logistik und Emissionsaspekte von großer Bedeutung.

Aspekte, wie Technik und Ausstattung sind dagegen weniger relevant, da Live-Entertainment-Formate bzw. Produktionen in diesem Segment i. d. R. Produktionen mit eigenen Licht- und Tonanlagen sind, die für die jeweilige Show durch die Veranstalter selbst in das Haus eingebracht werden, um somit deren Qualität und Funktionalität selbst beeinflussen zu können.

Theater-, Oper- oder Konzertveranstaltungen mit klassischer Ausrichtung (v. a. statische Theaterveranstaltungen) dagegen erfordern neben einer sehr hochwertigen Raumakustik und ungehinderten Sichtbeziehungen zur Bühne auch eine entsprechend höherwertige Licht- und Tonalage.

Dennoch ist eine Grundausstattung an Licht-/Ton- und Medientechnik marktüblich und erforderlich, nicht zuletzt auch vor dem Hintergrund der Nutzung derartiger Hallen durch ggfs. lokale Theater-/Musikgruppen, Organisationen sowie Unternehmen und Privatpersonen, die nicht über entsprechendes Know-How und die Ausstattung verfügen und auch um einen häufigen, z. T. belegungsrelevanten Rüstaufwand zur Einbringung dieser Gegenstände zu vermeiden.



- ▶ Nutzergruppe Kultur/Unterhaltung wird ein wichtiges Standbein der neuen Stadthalle sein – Koordination mit Pumpwerk unumgänglich (Akquise, Betrieb, Vermarktung etc.).
- ▶ Sicherung der Nutzbarkeit, Attraktivität und Wettbewerbsfähigkeit durch entsprechende Investitionen in Raumangebot, Technik/Ausstattung, Bühne, Backstage- und Garderobenbereiche.
- ▶ Nachfrage- und Auslastungssteigerung durch Vermarktung und professionellen Betrieb.



### 3.5.2 Nutzergruppe „Gesellschaft“

Zu Gesellschaftsveranstaltungen zählen im Allgemeinen Veranstaltungen, die von Vereinen, Schulen, Organisationen, Kirchen und anderen Institutionen, die am gesellschaftlichen Leben teilnehmen, durchgeführt werden. Darüber hinaus zählen auch Tanz-/Disco- sowie Privatfeiern (z. B. Hochzeiten, Schulabschlussbälle, Empfänge) zum Segment der Gesellschafts-Veranstaltungen. Dieses Segment ist ein stabiles, bedeutsames und wirtschaftlich attraktives Segment des Veranstaltungsmarktes, was sich u. a. in der zunehmenden Anzahl an Special-Event-Locations (z. B. Fabrikgebäude, Industriegebäude, Bahnhöfe etc.) und in den Investitionen bei zahlreichen entsprechenden Immobilien ausdrückt.

Veranstaltungsstätten, wie Stadthallen, Bürgerhäuser und Mehrzweckhallen stellen in einer Vielzahl an Städten und Gemeinden dem gesellschaftlichen/sozialen Leben entsprechende Kapazitäten (z. T. kostenreduziert/subventioniert) zur Verfügung. So ist dies auch grundsätzlich in Wilhelmshaven denkbar, wo die neue Stadthalle von nachfolgenden Nutzergruppen in diesem Kontext genutzt werden könnte:

- Vereine, Organisationen, Parteien, Interessengruppen und
- Private Nutzer.

Die Nachfrage nach Raumkapazitäten in der Stadthalle durch diese Nutzergruppe dürfte in Zukunft grundsätzlich ähnlich wie vormals verteilt über eine Vielzahl unterschiedlicher Locations in Wilhelmshaven sein, jedoch in der Anzahl der Anfragen speziell in der Stadthalle reduzierter. Sie hängt dabei u. a. neben der Vermarktung des Hauses

und Positionierung gegenüber lokalen Wettberbern auch sehr stark vom Preismodell für die Nutzung der Räume ab und der Tatsache, dass sich mit einer Stadthalle der unmittelbar lokale Ortsteilbezug und bestehende Nutzungen in anderen Locations (z. B. Bürgerhäuser, Gorch-Fock-Haus etc.) dann reduzieren könnte – mit entsprechend absehbaren Diskussionen und Konsequenzen für diese Dritthäuser.

Grundsätzlich sind die Ansprüche und Anforderungen dieser z. T. sehr preissensitiven Nutzergruppe an die jeweilige Veranstaltungsstätte sehr differenziert und z. T. widersprüchlich. Einerseits soll, z. B. bei Vereinsveranstaltungen die Nutzung möglichst kostengünstig möglich sein, was eine eigentlich Minimalausgestaltung und -ausstattung zur Folge hätte. Andererseits sollen die Räume i. d. R. repräsentativ, funktional und bestmöglich ausgestattet sein. Die hohe Preissensitivität von vereins-/organisationsbasierten Nutzern kann zur deutlichen Verringerung von Nachfrageimpulsen führen. Gleichzeitig kann ein attraktives Angebot von Räumen/Flächen und Ausstattungen in Abhängigkeit von deren Ausgestaltung, dem Preismodell und der Verfügbarkeit sowie dem Gastronomiekonzept zu erweiterten Nachfrageimpulsen aus dieser Nutzergruppe z. B. durch private Nachfrager führen.

Dabei gilt es jedoch, beihilferechtliche Aspekte im Hinblick auf „kostenfreie“ Kontingente oder preisreduzierte Mieten für bestimmte Nutzergruppen (z. B. Vereine) zu beachten. Des Weiteren können zielkunden-/veranstaltungspezifische „Leistungspakete“, die den i. d. R. wenig professionellen Veranstaltern durch Service-/Teammitarbeiter des Betreibers angeboten werden können (Stichwort: „Rundum-Sorglos-Paket“), das Angebot einer Stadthalle vom Wettbewerb differenzieren und zu weiteren Veranstaltungsanfragen führen. Solche „Pakete“ und/oder auch Veränderungen in der Preispolitik sowie Vermarktung werden dabei auch Auswirkungen auf andere Locations nach sich ziehen – in Form von z. B. Veranstaltungsverlagerungen und entsprechend wirtschaftlichen Konsequenzen für diese Dritthäuser.



- ▶ Eine neue Stadthalle kann eine wichtige Einrichtung und Netzwerkplattform für Veranstaltungen dieser Nutzergruppe sein und durch Veranstaltungen aus diesem Segment Multiplikatoreffekte für andere Veranstaltungen im Haus auslösen.

### 3.5.3 Nutzergruppe „Wirtschaft“

Wirtschafts- und Wissenschaftsveranstaltungen werden i. d. R. nach zwei Typen differenziert – in Seminare/Tagungen/Kongresse und Firmen-/Betriebsveranstaltungen (z. B. Kundenevents, Produktpräsentationen, Jahreshauptversammlungen, Betriebsversammlungen) sowie in Messen & wirtschaftsnahe Ausstellungen. Dieses Segment, welches das wirtschaftlich lukrativste und damit aber auch wettbewerbsintensivste Veranstaltungssegment darstellt, verzeichnet seit Jahren national und international ein fast kontinuierliches Wachstum. So nimmt das Volumen an Wirtschafts- und wirtschaftsnahen Veranstaltungen, insbesondere das MICE-Segment zu. Es werden in Deutschland von Jahr zu Jahr mehr Veranstaltungen in diesem Segment mit steigenden Besucherzahlen registriert<sup>7</sup> (siehe hierzu auch Punkt 0).

Veranstaltungen aus dem wirtschaftsnahen Umfeld stellen sowohl auf betriebswirtschaftlicher Sicht als auch auf imagebildender Ebene – gemeinsam mit dem Segment der Gesellschaftsevents – für Veranstaltungsorten ein grundsätzlich bedeutendes, obgleich nicht das Hauptsegment dar (Stichwort: Beihilfe). Dabei sind u. a. folgende Nutzer dieser Gruppe zuzuordnen:

- Unternehmen, Verbände/ Organisationen und
- PCOs (Professionelle Kongressveranstalter).

Diese Nutzergruppe stellt i. d. R. die höchsten Anforderungen sowohl an die Immobilie, deren Erscheinungsbild, das Raumangebot (Umfang, Quantität, Flexibilität), die Qualität der Ausstattung und technischen Infrastruktur als auch an zusätzliche Serviceaspekte und Rahmenangebote, wie Gastronomie, Hotels, Außenanlagen etc. sowie auch an die Professionalität des Betreibers. Kann die jeweilige Veranstaltungsstätte diese Anforderungen nicht adäquat erfüllen, droht eine Nichtberücksichtigung dieses für die jeweilige Stadt und die Veranstaltungsstätte relevanten Kunden-/Nutzersegmentes mit den entsprechenden Auswirkungen auf die Wirtschaftlichkeit des Betriebs.



Demzufolge wäre es ratsam, die neue Stadthalle entsprechend perspektivisch und mit Bedacht zu entwickeln. Es bedürfte hierfür grundsätzlich eines großen, mehrfach teilbaren Saals für das Plenum derartiger Veranstaltungen sowie i. d. R. auch flexibel nutzbarer und koppelbarer Break-Out-Möglichkeiten. Das Haus muss zudem professionell betrieben und vermarktet werden, um insbesondere teilnehmerstarke Veranstaltungen mit Bedarfen nach größeren Räumen aus diesem Segment gewinnen zu können – mit den entsprechend möglichen Umsätzen/Ergebniseffekten für die Betreibergesellschaft (Stichwort: Wirtschaftlichkeit). Kleinere Seminare/Tagungen und wirtschaftsnahe Veranstaltungen werden dabei nie Primärgeschäft sein können und dürfen, sondern auch vor dem Hintergrund beihilferechtlicher Aspekte nur ein „Zusatzgeschäft.“

Hinzu kommt die Einschätzung, dass aufgrund der Aspekte Erreichbarkeit und Logistik Wilhelmshavens sowie dem Angebot derartiger, kleinerer Räume in Wilhelmshaven (Atlantic Hotel, TWWP, Jade Innovationszentrum) das neue Haus ohnehin nicht der prädestinierte Standort bzw. die bevorzugte Location von MICE-Veran-

<sup>7</sup> Lt. Angaben aus dem Meeting- & Eventbarometer 2017/2018, der jährlich durgeführten Deutschlandstudie für den Tagungsmarkt, beauftragt von EVVC Europäischer Verband der Veranstaltungs-Centren, GCB German Convention Bureau und der DZT Deutschen Zentrale für Tourismus.

staltungen aus dem überregionalen Umfeld sein wird (Ausnahme: es wird eine „besondere“ Immobilie geschaffen (= erhöhtes Investitionsvolumen) oder aber das neue Haus umfangreichst vermarktet (= erhöhte Betreiberkosten). Demzufolge muss/sollte das Angebot an entsprechenden Räumen in einer neuen Stadthalle nicht übermäßig umfangreich sein.

- ▶ Nutzergruppe Wirtschaft ist vor dem Hintergrund der Wirtschaftlichkeit und des Imagegewinns für die Stadt und die Stadthalle selbst grundsätzlich von großer Bedeutung – aber: ohnehin ein schon kleines/begrenztes Segment am Standort Wilhelmshaven, das derzeit durch diverse Angebote bereits bedient wird = Potenziale für eine neue Stadthalle vorhanden, aber begrenzt.

### 3.5.4 Nutzergruppe „Verwaltung/öffentliche Hand“

Die öffentliche Hand, vertreten durch verschiedenste Ämter, Abteilungen/Bereiche der Verwaltung sowie Beteiligungen/Eigenbetriebe bzw. Institutionen bildet grundsätzlich eine weitere, potenzielle Nutzergruppe von Veranstaltungshäusern. So nutzt oftmals die lokale Politik und Verwaltung schon alleine aus Gründen der Standortpflege und Identifikation Räume und Säle von Stadthallen, Bürgerhäusern etc. für Sitzungen, Empfänge, Workshops etc.

Die Nutzergruppe Verwaltung/öffentliche Hand setzt sich üblicherweise zusammen aus:

- Stadtverwaltung,
- Eigenbetriebe/ Beteiligungen und
- Institutionen der öffentlichen Hand.

Diese Nutzergruppe stellt üblicherweise keine gesonderten/gesteigerten Ansprüche an die jeweilige Immobilie bzw. die entsprechenden Räume, da sie auf die jeweiligen Bestandsangebote zurückgreifen, die auch von den übrigen Nutzergruppen für die gleichen und ähnlichen Veranstaltungsformate genutzt werden.



Einzig die Vergütung der Nutzung der Kapazitäten von kommunalen Veranstaltungsstätten durch diese Nutzergruppe weicht i. d. R. deutlich von den „marktüblichen“ Mustern ab. Als Eigentümer/Gesellschafter der Besitz- und/oder Betriebsgesellschaften sind „kostenfreie“ Kontingente oder preisreduzierte Mieten üblich (Stichwort: Beihilferecht/Zuschüsse).

Eine neue Stadthalle mit modernen Angeboten (Immobilie, Ausstattung, Infrastruktur) könnte möglicherweise, insofern politisch gewollt und mit Nutzungs-/Belegungsaspekten vereinbar, zukünftig weitere Veranstaltungen aus diesem Segment ggfs. auch auf regionaler Basis gewinnen, Multiplikatoreffekte nutzen und hierdurch weitere Veranstaltungen in den Segmenten Wirtschaft und Gesellschaft generieren bzw. an den Standort locken.

- ▶ Die veranstaltungsbezogene Nachfrage aus der Nutzergruppe Verwaltung/öffentliche Hand wird auch zukünftig grundsätzlich vorhanden und stabil sein = grundsätzliches, wenn auch überschaubares Potenzial für eine neue Stadthalle.



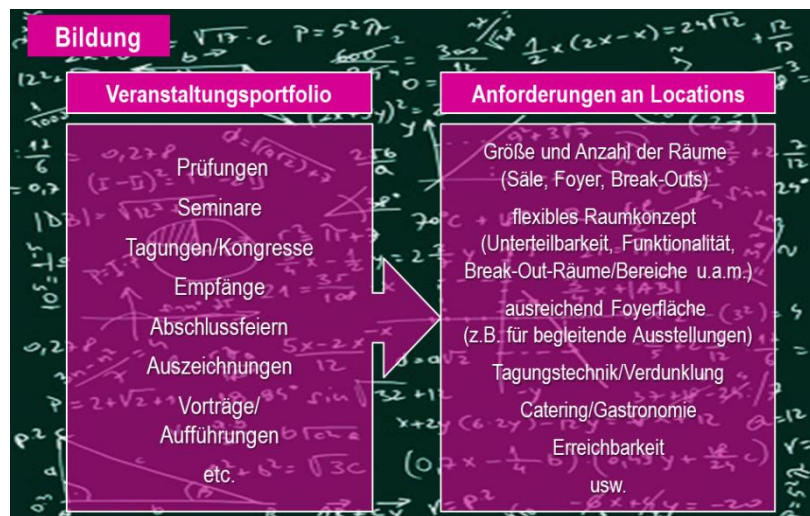
### 3.5.5 Nutzergruppe „Bildung“

Die Nutzergruppe „Bildung“ bildet einen weiteren, potenziellen Nutzerkreis für Veranstaltungsstätten, wie z. B. die neue Stadthalle. Eine enge Zusammenarbeit und Kommunikation der Stadt und des Betreibers der neuen Halle mit den vor Ort ansässigen Bildungseinrichtungen (z. B. Jade Hochschule, Bundeswehr, TWWP) könnte dabei zukünftig die Basis einer veranstaltungsbezogenen Nachfrage dieser Kunden-/Nutzergruppe nach Angeboten und Kapazitäten der neuen Stadthalle z. B. für Empfänge, Abschlussveranstaltungen, Kongresse o. ä. bilden.

Dabei ist zu beachten, dass diese Institutionen i. d. R. über eigene Schulungsräume verfügen und sich der veranstaltungsbezogene Bedarf nach Kapazitäten der Stadthalle wahrscheinlich auf Veranstaltungen mit großen Teilnehmerzahlen und/oder die Abdeckung von Spitzen- bzw. Kurzfristbedarfen beschränkt. Zu den üblichen Nutzern dieser Gruppe zählen u. a.

- Schulen, Volkshochschule, Fachhochschulen,
- Weiterbildungsakademien von Unternehmen/ Verbänden und
- Sonstige Bildungseinrichtungen.

Preissensibilität und infolgedessen ein geringerer Anspruch an die Immobilie, deren Ausstattung und Erscheinungsbild prägen per se das Anforderungsprofil dieser Kundengruppe, die grundsätzlich ein stabiles und regelmäßiges Nachfragepotenzial birgt. Diese Nutzergruppe stellt ansonsten ähnliche Anforderungen an die Veranstaltungsstätten, wie auch die übrigen Nutzergruppen.



Ebenso, wie bei der Nutzergruppe Verwaltung/öffentliche Hand, so gilt auch hier, dass eine Veranstaltungsstätte mit modernen Angeboten weitere Veranstaltungen aus diesem Segment ggfs. auch auf regionaler Basis gewinnen und auch weitere Veranstaltungen in den Segmenten Wirtschaft und Gesellschaft generiert werden könnten.

- ▶ Die veranstaltungsbezogene Nachfrage aus der Nutzergruppe Bildung wird auch zukünftig grundsätzlich vorhanden und stabil sein = grundsätzliches, wenn auch überschaubares Potenzial für eine neue Stadthalle.

### 3.5.6 Exkurs: Mehrzwecknutzung (Kombination Kultur, Gesellschaft, MICE und Sport)

In Erweiterung der Überlegungen und Diskussionen für eine neue Stadthalle Wilhelmshaven wurde auch die optionale Entwicklung einer „Mehrzweckhalle“ durch verschiedene Akteure in Wilhelmshaven ins Spiel gebracht – eine Mehrzweckhalle, in der neben den o. g. Nutzungen aus den Segmenten Kultur/Live-Entertainment, Gesellschaft und MICE möglicherweise auch Sportnutzungen stattfinden sollten.

Wie auch schon unter Punkt 3.3 beschrieben, haben jegliche Nutzungen jeweils individuelle und damit z. T. auch sich gegenseitig ausschließende, mindestens aber stark einschränkende Anforderungen an die Immobilie und deren Ausstattung, an die Nutzungszeiten und den Betrieb. Eine Mehrzwecknutzung, die insbesondere über eine klassische „Veranstaltungsnutzung“ hinaus auch eine Sportnutzung beinhaltet, ist immobilien-, ausstattungs- und prozessbezogen stets und unvermeidbar nur eine Kompromisslösung, die keine der eigentlichen Nutzungen richtig dient, keiner Nutzung i. e. S. richtig gerecht wird und immer einen investiven sowie betriebsbezogenen Mehraufwand bedeutet.

Dies beginnt schon bei der baulichen Ausgestaltung der Immobilie, deren Größe, dem Raumprogramm, der Ausstattung und dem Ambiente des Hauses. Während beispielsweise eine für Konzertveranstaltungen geeignete Stadthalle mit 2.000 Personen eine Fläche (auf Parkettebene oder auch auf mehreren Ebenen) gem. Niedersächsische Versammlungsstättenverordnung (NVStättVO) von 1.000 m<sup>2</sup> benötigt, braucht eine auch für Sportnutzungen geeignete Mehrzweckhalle in Abhängigkeit der gewählten Sportart mindestens die Bruttoflächen der erforderlichen Sportarten (Spielfeld zzgl. Einwurf-/Auslaufzonen), zzgl. der Spielerbänke, der Bereiche der Schieds-/Wertungsrichter, des Prallschutzes, Aufwärmbereiche etc.

Spielfeldgröße Ballsport

	<b>Handball (EHF)</b>	<b>Volleyball (CEV)</b>	<b>Basketball (FIBA)</b>
Spielfeld (L x B)	40 m x 20 m	18 m x 9 m	28 m x 15 m
Brutto-Spielfeld (L x B) Fläche	50 m x 28 m = 1.400 m <sup>2</sup>	35 m x 26 m = 910 m <sup>2</sup>	32 m x 19 m = 608 m <sup>2</sup>

Sollen dann noch Zuschauerkapazitäten oder eine Teilbarkeit der Halle im Sinne einer 2-fach oder 3-fach Teilung für parallele Nutzungen mehrerer Hallenbereiche berücksichtigt werden (z. B. für den Trainingsbetrieb, Schulsport etc.), erhöht sich das Bauvolumen (Quadrat- und Kubikmeter) des Saal-/Innenraumbereichs entsprechend. Hinzu kommen bei Mehrzweckhallen mit Sportnutzung dann die Vorgaben und Anforderungen an Umkleidebereiche (zzgl. der entsprechenden Dusch-/Sanitäranlagen), an Deckenhöhen/-lasten, Bodenlasten, Bodenbeschaffenheit und -beläge, an Eingangs- und Foyerbereiche, Kassenbereiche, VIP-/Hospitality-Bereiche, Gastronomie-/Catering-Bereiche, Presse-/ Medienbereiche etc.

Auch haben Sport-/Mehrzweckhallen aufgrund der festeingebauten Infrastruktur und Technik (Prallschutz, Trennvorhänge, Fangnetzte, Korbanlagen, Sportböden, Bodenanker, Beleuchtung, Spielstandsanzeigen, Sponsorentafeln etc.) einen eigenen Charme und Charakter, der zwar mit baulichen Mitteln temporär bei anderen Nutzungen abdeckbar ist, der aber dann auch einen entsprechenden Rüst- und Personalaufwand erzeugt (= Betriebskosten). Ein solcher „Sporthallencharakter“ ist in vielen Fällen dann nicht mit den Anforderungen von Kultur- und Gesellschaftsveranstaltungen vereinbar (z. B. repräsentativer Charakter, Akustik), infolgedessen dann eine derartige Halle dann i. d. R. nur von sehr preissensitiven Produktionen genutzt wird.

Zusätzlich zu den baulichen/infrastrukturellen Differenzen und Anforderungen schränken bei Mehrzweck- und Multifunktionshallen auch die Nutzungsprofile und -anforderungen der Sportnutzer das Potenzial und das Nutzungsprofil solcher Hallen ein. Sportvereine haben feste Trainings- und Wettkampfzeiten, die auf standortübergreifende Spielpläne und Abläufe basieren (Stichwort: Ligaspielbetrieb/-plan). Gleiches gilt für etwaige Schulsportnutzungen oder Trainingseinheiten sonstiger Gruppen. Auch diese sind an fixe Trainings- und Nutzungszeiten gebunden, die unabhängig einer sonstigen Veranstaltungsnutzung gegeben und eingehalten werden müssen. Diese Trainingszeiten erstrecken sich i. d. R. auf die Schulzeiten Montag bis Freitag von ca. 7:30 bis 15:30 bzw. 16 Uhr. Die sich anschließende oder davorliegende Vereinsnutzung oder Nutzung durch andere Gruppen orientiert sich in der Regel am Ferienkalender der Schulen, so dass zur Schulzeit (Nicht-Ferien-Zeit) entweder vor 7.30 Uhr oder nach spätestens 16 Uhr Vereine bzw. sonstige Gruppen die Hallen nutzen. Zu Ferienzeiten findet keinerlei Schulsportnutzung statt und auch die Vereinsnutzung findet nur in geringerem Umfang als sonst statt. Diese Nutzungszeiten kollidieren mit einer intensiven Nutzung der übrigen Veranstaltungssegmente, insbesondere der Live-Entertainment und MICE-Nutzung, deren Veranstaltungen sowohl zu ähnlichen Zeiten stattfinden als auch jeweils entsprechende Rüst- sowie z. T. Probezeiten erfordern.

Deutlich verschärfen würde sich diese Situation, sollte eine professionelle Ballsportmannschaft ebenfalls diese Mehrzweckhalle nutzen sollen. Zusätzlich zu den o. g. Rüstzeiten kämen dann noch zu garantierende Trainingszeiten der Heim- und auch der Gastmannschaften vor den Spielen, was die Nutzungszeiten für sonstige Nutzungen (Schul-/Vereinsport, Live-Entertainment, MICE, etc.) nochmals stark beeinflussen würde. Ein Interessenkonflikt ist hier – wie auch in allen anderen, derartigen Hallen in Deutschland – vorprogrammiert und kann nur zulasten einzelner Segmente und Nutzer erfolgen. Denn: welche Nutzung hat zu welchem Zeitpunkt aus welchen Gründen Priorität? Eine wirtschaftlich attraktive Veranstaltung, die zur verbesserten



Wirtschaftlichkeit der Halle beiträgt (Interesse Hallenbetreiber) oder eine für die lokalen Vereine/Gruppen wichtige Veranstaltung (Interesse Gemeinwohl/Daseinsvorsorge)?

### 3.5.7 Fazit für die Entwicklung in Wilhelmshaven

Für Veranstalter und Veranstaltungszentren im Allgemeinen aber auch für Veranstaltungsstandorte wie die Stadt Wilhelmshaven und den darin agierenden Akteuren gilt es, wesentliche Entwicklungen in der Veranstaltungsbranche und daraus resultierende Anforderungen an Veranstaltungen, Veranstaltungsinhalte und -strukturen und vor allem an die Veranstaltungsstätten zu erkennen und frühzeitig die zukunftsorientierte Ausrichtung der Gebäude- und Raumangebote der Stadthalle einzuleiten.

Aufsetzend auf

- strategischen Vorgaben und Vorstellungen zur zukünftigen Angebotsstruktur der Stadthalle,
- identifizierten Anforderungen potenzieller und bestehender Kunden, sowie
- den Ergebnissen der Analyse des Nutzungsprofils der bisherigen Stadthalle

sollte eine neue Stadthalle ein den Kernnutzungen entsprechendes Raum- und Ausstattungsprogramm bieten. Dieses sollte der Situation und dem Standort Wilhelmshaven entsprechend dimensioniert werden (siehe hierzu auch nachfolgendes Kapitel).

Die Räume in einer neuen Stadthalle sollten dabei multifunktional und auf einem hohen technischen und infrastrukturellen Standard sein. Die Ausstattung muss aktuelle, marktgängige Veranstalter- und Besucheranforderungen als „Mindestvoraussetzung“ erfüllen. Dies insbesondere, da der Standort Wilhelmshaven aufgrund seiner Lage nur mit einem hervorragenden Angebot an Veranstaltungsinfrastruktur (Räume, Ausstattung, Serviceleistungen, Rahmenangebote) und marktkompatiblen Preisen sich dauerhaft im Markt behaupten kann. Denn erst markt-/branchenkonforme Angebote ermöglichen im Zusammenspiel mit der Entwicklung einer „Veranstaltungs-Marke“ im Rahmen eines Standort- und Destinationsmarketings die Nutzungs- und Vermarktungschancen einer Stadthalle sowie des Standortes Wilhelmshaven für Veranstaltungen! Ohne Umsetzung entsprechender Maßnahmen ist das Vorhaben einer neuen Stadthalle gepaart mit der Weiterentwicklung des Veranstaltungsstandortes Wilhelmshaven (zu) teuer und ggf. wenig vorteilig.

## 3.6 Gastronomie

Die Gastronomie bzw. das gastronomische Angebot und die Versorgung von Veranstaltungen ist für Veranstaltungszentren, wie eine neue Stadthalle Wilhelmshaven von Bedeutung. Dies, da die Gastronomie eines Veranstaltungshauses die „Visitenkarte“ des Hauses ist, auf die insbesondere Veranstalter von Gesellschafts- und Tagungsveranstaltungen neben dem Raumangebot, Ambiente, der technischen Ausstattung und der Erreichbarkeit stark achten. Die Zufriedenheit der Teilnehmer von Veranstaltungen, wie Kultur- und Gesellschaftsveranstaltungen, Tagungen, Empfänge und Events und deren „Erfolg“ ist dabei in nicht unerheblichem Maße von der gastronomischen Versorgung und deren Qualität abhängig.

Als mögliche gastronomische Betriebsformen für Veranstaltungsstätten wie eine neue Stadthalle sind die Eigengastronomie bspw. in Form einer Tages- und Veranstaltungsgastronomie zu nennen, die Verpachtung der Gastronomie als Tages- und Veranstaltungsgastronomie oder als Bedarfsgastronomie an einen Caterer oder an ein Cateringpool.

Grundsätzlich ist das Vorhalten einer Tagesgastronomie (= Restaurantbetrieb) in Stadthallen als schwierig einzuschätzen. Ob eine Tagesgastronomie von der Bevölkerung angenommen wird und ausreichend Gäste (= Umsatz) anlockt, hängt im Wesentlichen von deren Lage, der Qualität und der Leitung der Gastronomie ab, unabhängig davon, ob die Gastronomie in Eigenregie oder als Pachtbetrieb geführt wird.

Ferner leidet die gesamte gastronomische Branche, auch Stadthallenrestaurants, unter dem Mangel an qualifiziertem und nachhaltig motiviertem Personal sowie hoher Fluktuation. Neben mangelnder Auslastung ein zunehmend auftretender Faktor für die Schließung sehr vieler Gastronomiebetriebe und damit auch Stadt-

hallenrestaurants in Deutschland. Selten beobachtet man Kontinuität im Betrieb einer Tagesgastronomie in Stadthallen. Sei es, dass sich die Eigengastronomie nicht bewährt hat und/oder kein geeigneter Pächter über eine längere Periode zu finden ist, der neben der Tagesgastronomie (mit entsprechendem Konzept und Personal) auch das volatilere und schwer planbare Veranstaltungscatering mit entsprechendem Konzept und Personal reibungslos abwickeln kann (schlechte Reputation für die Stadthalle mit Auswirkungen auf das Veranstaltungsgeschäft). Auch gilt, dass für den Veranstaltungsbetrieb aufgrund anderer Mengen, Zeiten und Konstellationen andere Erfahrungen, Qualifikationen und Ressourcen erforderlich sind als für einen Restaurantbetrieb – kosten- und zeitintensive Faktoren, an denen viele Gastronomiebetreiber in Veranstaltungshäusern scheitern.

Hinzu kommt ein verändertes Besucherverhalten bei Veranstaltungen – hat man sich früher noch für Veranstaltungen in der Stadthalle „schick“ gemacht und ist vor Veranstaltungen in den lokalen Stadthallenrestaurants noch Essen gegangen, konsumieren Veranstaltungsbesucher heute in anderen Locations vor/nach der Veranstaltung und nehmen in der Veranstaltungsstätte i. d. R. maximal Fingerfood und/oder einen Drink zu sich.

Darüber hinaus sind beihilferechtliche und haushaltspolitische Problemstellungen, wie z. B. die Frage, ob und in welchem Umfang sowie zu welchem Preis eine Stadt die gastronomische Infrastruktur in einem Haus stellen/finanzieren muss/darf, ob es überhaupt einen bonitätsstarken, zuverlässigen Gastronomiepartner gibt und welchen Miet-/Pachtpreis dieser bereit ist zu zahlen wesentliche Fragestellungen. Hierzu gibt es zum Zeitpunkt dieser Studie einige laufende Verfahren zum Beihilferecht bei der EU (Stichwort: Finanzierung, Notwendigkeit, Mietpreishöhe), deren Beurteilung Auswirkungen auf die Gastronomiesituation in öffentlichen Einrichtungen haben wird.

Aufgrund dieser branchenweit auftretenden Gründe und Entwicklungen erfolgt bei Stadthallen und anderen Veranstaltungszentren mit wenigen Ausnahmen zunehmend eine Umstellung der gastronomischen Veranstaltungsverpflegung von Restaurant- und Vollküchengastronomiemodellen (in Eigen- und Fremdform) auf externe, privatwirtschaftliche Cateringmodelle.

### 3.6.1 Eigengastronomie

Das Modell der Eigengastronomie sieht vor, dass die gastronomische Verpflegung von Veranstaltungen durch den jeweiligen Betreiber des Veranstaltungszentrums selbst erfolgt, d. h. in dessen Risiko und in dessen Verantwortung (Personal, Planung, Kosten etc.).

Die Entwicklungen der letzten Zeit in der Branche haben gezeigt, dass das Führen der Gastronomie (Tagesgastronomie/Catering) in Eigenregie schwieriger wird und insbesondere in kleinen Einheiten wie bei Stadthallen zunehmend nicht mehr leistbar und wirtschaftlich unrentabel ist. Einerseits durch den auch in der Gastronomie herrschenden Fachkräftemangel andererseits auch in Bezug auf die Kosten (Personal, Wareneinkauf, verderbliche Waren, Ausstattung Vollküche etc.). Hinzu kommt das notwendige, beihilferechtlich kritische da finanziell stark belastende Vorhalten von Personal, Infrastruktur und Waren bei einem gleichzeitig volatilen und daher schwer planbaren Bedarf (Stichwort: Gastronomiebetrieb  $\neq$  städtische Aufgabe).

Vor diesem Hintergrund wurden in den vergangenen Jahren in einer Vielzahl an Veranstaltungshäusern bisher eigenbetriebene Gastronomieeinrichtungen geschlossen oder an private Partner verpachtet, die aber – wie viele Beispiele in der Praxis leider zeigen – oftmals auch nicht dauerhaft wirtschaftlich sind und die gastronomische Versorgung von Veranstaltungen bei parallelem Dauerbetrieb der Tagesgastronomie leisten können. Demzufolge haben in den letzten Jahren sehr viele Stadthallenrestaurants geschlossen oder z. T. erhebliche Qualitätsverluste verzeichnen müssen, was wiederum zu einer „Abwärtsspirale“ in der Akzeptanz und Kundenfrequenz dieser Einrichtungen mit entsprechenden Betriebsschließungen und nachteiligen Imageeffekten für die jeweilige Veranstaltungsstätte geführt hat.

Eine mögliche Variante zur klassischen Eigengastronomie wäre eine begrenzte Eigengastronomie, die bspw. eine Bewirtung ausgewählter Veranstaltungen durch den Betreiber ermöglicht. Dabei werden in Frage

kommende Veranstaltungen von einem eigenen Gastronomieteam des Betreibers mit Getränken und kleinen Speisen versorgt, etwa die Pausengastronomie bei Kulturveranstaltungen oder übliche Snacks bei kleineren Seminaren. Die Erträge verbleiben beim Betreiber – die Kosten des Einkaufs, das Personal und das Umsetzungs-/Organisationsrisiko ebenso. Allerdings wäre der Aufwand für die Bewirtung und das Risiko verderblicher Waren einigermaßen gering einzuschätzen. Anders sieht es bei der Verfügbarkeit geeigneten Personals aus, welches zwar vorgehalten werden müsste, ggfs. aber auch aus ähnlichen Modellen in anderen Betriebsstätten herangezogen werden könnte.

Größere Veranstaltungen könnten über ein Pool aus Catering-/Gastronomieanbietern nach Qualität gestaffelt (vom Metzger bis zum Hotel), auf Basis von Rahmenverträgen und einer Pacht versorgt werden (Mischmodell: begrenzte Eigengastronomie mit teilweiser Fremdgastronomie, siehe Punkt 3.6.2).

PRO	CONTRA
Umsatz- und Kostenkontrolle (Erträge/Aufwendungen)	administrativer und organisatorischer Aufwand (z. B. verschiedene Abrechnungsmöglichkeiten Aushilfen, freiberuflich, Minijob etc.)
	Zusätzlicher Arbeitsmehraufwand bzw. Personalbedarf z. B. Veranstaltungsmanagement übernimmt auch Funktion einer Bankett-Kraft (vgl. Hotel)
	Personalrekrutierung Service – eigener Personalpool Rekrutierung von eigenem, geeignetem Personal im Dienstleistungssegment und hauptsächlich in der Gastronomie (Service, ggf. Spüler) ist und bleibt nachhaltig schwierig  meist hohe Personalfuktuation
	Vorhalten/Risiko/Kosten im Zusammenhang mit Waren (Speisen & Getränke)
	Vorhalten von Infrastruktur (Küchen-, Lager-, Personalräume), Einrichtung (Geräte, Mobiliar) und ausreichender Ausstattung (Gläser, Geschirr, Besteck)
Bei begrenzter Eigengastronomie:  Leih-/Fremdpersonal  Keine verderblichen Waren, lediglich Getränke.  Snacks werden z. B. bei Bäcker, Metzger etc. vorbestellt (ggf. Kühlung erforderlich)	Halten von Qualitätsstandards, Ausstrahlung auf Image einer künftigen Stadthalle, Abhängigkeit von Dienstleister: Weniger Einfluss auf die Personalqualität und Kundenfreundlichkeit bei Leihpersonal  Einkauf, Lagerhaltung, Bestandskontrolle und Kühlung der Getränke

- ▶ Eine Eigengastronomie im klassischen Sinn ist nicht anzuraten.
- ▶ Möglich wäre eine begrenzte Eigengastronomie bei geeigneten, kleineren Veranstaltungen.  
  
Inwieweit auch eine Pausengastronomie vom Betreiber bewältigt werden kann, ist derzeit noch nicht abzuschätzen und wesentlich von geeignetem Personal, dem Charakter und der Häufigkeit relevanter Veranstaltungen abhängig (z. B. Verfügbarkeit von Studierenden mit Catering-/Thekenerfahrung).  
  
Eine wesentliche Unbekannte könnte in der möglichen Unerfahrenheit des potenziellen Personals des Betrieberteams in Bezug auf die dauerhafte Servicequalität liegen. Diese darüber hinaus bei einer Vielzahl kultureller Veranstaltungen zur „Hochdruckphase“ in der 15 – 20-minütigen Pause dauerhaft auf gleichbleibendem Qualitätsniveau zu erbringen, könnte zum Nadelöhr in der Umsetzungswahrscheinlichkeit werden.
- ▶ Prüfung Gastronomiesituation vor Hintergrund der Wahrscheinlichkeit der Gewinnung qualifizierter, bonitätsstarker und zuverlässiger Gastronomiepartner sowie beihilferechtlicher Aspekte erforderlich.

### 3.6.2 Fremdgastronomie

Als alternative Gastronomieform für eine Stadthalle Wilhelmshaven steht die Form der Fremdgastronomie zur Verfügung. Dabei wird die bedarfsabhängige, gastronomische Veranstaltungsverpflegung von externen Partnern erbracht – als Exklusivcaterer oder durch einen Catererpool.

Exklusivcaterer können dabei Gastronomen sein, welche die im Veranstaltungshaus selbst vorhandenen, angepachteten Gastronomie-/Küchenbereiche zur Erbringung der gastronomischen Veranstaltungsverpflegung nutzen (d. h. Betreiber Stadthallenrestaurant = Caterer) oder aber Gastronomen, die in eigenen, externen Räumlichkeiten die Speisen zubereiten und von dort in die Cateringbereiche der Veranstaltungsstätte zur weiteren Aufbereitung/Verteilung verbringen. Dabei gilt, wie auch schon oben erwähnt, dass qualifizierte Restaurantbetreiber nicht automatisch auch qualifizierte Caterer sind. Hier sind unterschiedliche Qualifikationen, Kenntnisse, Ressourcen und Geschäftsmodelle erforderlich/anzusetzen.

In einigen Stadthallen werden die vorhandenen Restaurant-, Küchen- und Lagerbereiche an Gastronomie- bzw. Cateringpartnern komplett vermietet, die aus diesen Bereichen heraus dann neben dem Restaurant- und Veranstaltungsgeschäft z. T. auch Dritteinrichtungen versorgen. Hier sind beihilferechtliche Aspekte insbesondere in der Bemessung des Mietzinses zu beachten, da auch diesbezüglich erste Verfahren/Klagen bei der EU in Prüfung sind (z. B. Ingolstadt).

Sehr weit verbreitet ist das Modell des Catererpools, bei dem z. B. drei unterschiedliche Caterer Partner des Hauses sind, die bestenfalls ein unterschiedliches gastronomisches Angebot bereithalten können (vom Metzger, ggf. Hotel bis hochwertiges Catering). Diese Cateringpartner erbringen die geforderten Leistungen auf eigene Rechnung und eigenes Risiko, die Häuser selbst stellen eine stark reduzierte Infrastruktur (= Cateringküche, siehe Punkt 4.4.8 im nachfolgenden Raumkonzept) und erhalten zudem i. d. R. eine umsatzabhängige Provision für die Vermittlung des Auftrags durch den Caterer.

PRO	CONTRA
Entlastung hinsichtlich Personals und Organisation auf Hallenseite, Entfall Vorhalten/Risiko/Kosten im Zusammenhang mit Waren (Speisen & Getränke)	Halten von Qualitätsstandards, Ausstrahlung auf Image einer künftigen Stadthalle, Abhängigkeit von Dienstleister: Weniger Einfluss auf die Personalqualität und Kundenfreundlichkeit bei Leihpersonal – Kundenbefragungen sind wichtig
(vermeintlich) sichere Pachteinnahmen (Umsatzpacht)	Missbrauchsgefahr – Pachtverhältnis Vertrauensbasis
Generierung von Mieteinnahmen durch Küchennutzung/Equipment	Überlassung der Küche inkl. Equipment an den/die Caterer – Frage nach der Übernahme/Beteiligung von Reparaturen, Ersatzbeschaffungen etc. → konsequente Abnahme/Kontrolle muss immer gewährleistet sein.
Caterer haben das Recht <u>und die Pflicht</u> zum Veranstaltungscatering	ggf. Entgegenkommen bei unrentablen Veranstaltungen (vertragliche Gestaltung, Staffelung der Umsatzpacht)

- ▶ Aufgrund des vielseitigen Veranstaltungsportfolios mit großen Qualitätsunterschieden der Veranstaltungen und unterschiedlichen Qualitätsbedarfen von Kundenseite erscheint für den Veranstaltungsbetrieb das Modell der Fremdgastronomie mit Catererpool als empfehlenswert, die ein breites Angebotsspektrum abdecken kann.
- ▶ Auch sprechen beihilferechtliche Aspekte für dieses Modell.

### 3.6.3 Anmerkung zum Aspekt „Restaurantbetrieb“ (Tagesgastronomie) bei der Stadthalle

Im Zusammenhang mit der Gastronomiesituation rund um eine neue Stadthalle Wilhelmshaven besteht grundsätzlich die Möglichkeit, unabhängig vom Standort, einen Restaurantbetrieb direkt am Haus mit vorzusehen/zu entwickeln. Dies erscheint insbesondere bei einem möglichen Standort Wiesbadenbrücke/Pumpwerk aufgrund der vorgesehenen Quartierentwicklung und der Entwicklung des Banter Sees als Naherholungsgebiet in einem ersten Gedanken als offensichtlich und nachvollziehbar.

Vor dem Hintergrund beihilferechtlicher und risikobasierter Aspekte sollte die Entwicklung einer Tagesgastronomie mit entsprechend großen Küchen- und Lagerbereichen allerdings nochmals hinterfragt und geprüft werden. Während ein kleinteiligerer, reduzierter Gastronomiebetrieb an der Stadthalle, insbesondere am Standort Wiesbadenbrücke/Pumpwerk/Banter See, z. B. in Form eines Cafés/Bistros als realistisch, wirtschaftlich darstellbar und auch mit bestehenden Richtlinien vereinbar erscheint (rechtliche Prüfung erforderlich!), ist die Berücksichtigung eines größeren Restaurantbetriebs (als Teil einer Stadthalle und/oder eines

Gesamtkomplexes Stadthalle/Pumpwerk) durch die Stadt zu hinterfragen (Stichwort: Bau- und Finanzierungskosten, Verpachtungsrisiko).

Zwar könnte bei einem entsprechenden Konzept ein derartiger Restaurantbetrieb am Standort Wiesbadenbrücke/Pumpwerk/Banter See durchaus eine dauerhafte Besucherfrequentierung und somit eine wirtschaftliche Grundlage für einen Gastronomen bedeuten (= Pachtzahlungen an die Stadt), doch ist diese Konzeptqualität, dessen Umsetzung, die Solidität des Gastronomen und die Besucherfrequentierung stark risikobehaftet und somit für die Stadt als „Entwickler“/Verpächter nicht unkritisch. Hinzu kommt das Angebot unterschiedlichster, privatwirtschaftlicher Gastronomieangebote im nahe gelegenen Innenstadtbereich sowie dem benachbarten Atlantic Hotel – auch diese Angebote/Situation sprechen gegen einen von der Stadt ggfs. anteilig „subventionierten“ Restaurantbetrieb (Stichwort: Beihilferecht).

- ▶ Sollte die Stadt einen erfahrenen, qualifizierten und nachweislich finanziell starken Partner finden, der langjährig in einer Partnerschaft unter entsprechenden Bedingungen vertraglich gebunden werden könnte, so könnte – eine rechtliche Prüfung und ein entsprechendes Ausschreibungs-/Vergabeverfahren vorausgesetzt – ggfs. ein Restaurantbetrieb an der Stadthalle weiter mit entwickelt werden.
- ▶ Sollte ein derartiger Partner nicht zur Verfügung stehen, erscheint eine Tagesgastronomie in Form eines Café-/Bistrobetriebs in der/an der Stadthalle mit einem separaten Cateringbereich als ausreichend und weiter prüfenswert.

### 3.7 EXKURS: Wirtschaftlichkeit vs. Kommunale Zuschussituation

Stadthallen, Kultur-/Veranstaltungszentren aber auch eher kommerziell ausgerichtete Konferenz- und Tagungszentren, Multifunktionsarenen oder Messen sind üblicherweise Immobilien mit großen, umfangreichen Raum- und Flächenangeboten sowie aufwendiger Medien-, Veranstaltungs- und Haustechnik, die eigens für die Nutzung und Durchführung von Veranstaltungen errichtet (Stichwort: Investitionskosten & Finanzierung) und dauerhaft als Veranstaltungshäuser mit einer entsprechenden Organisation und Mitarbeitern betrieben werden (Stichwort: Betriebskosten).

Finanzielle Auswirkungen der inhaltlichen Ausrichtung auf die Gesamtwirtschaftlichkeit von Veranstaltungsstätten



Auch eine Stadthalle in Wilhelmshaven soll gemäß des erarbeiteten Nutzungskonzeptes und bisheriger Vorgaben der Stadt als repräsentatives Zentrum für Begegnung, Kultur und Bildung dienen. Ziel ist es, das quantitative und qualitative Niveau an Veranstaltungen und Besuchern/Teilnehmern in Wilhelmshaven im Vergleich zum Status der ehemaligen Stadthalle nach Möglichkeit deutlich zu verbessern bzw. auszubauen. Dabei steht der Betreiber des neuen Hauses (voraussichtlich die Stadt Wilhelmshaven, siehe hierzu auch nachfolgenden Punkt 3.8) im Hinblick auf die künftige strategische, inhaltliche und programmatische Ausrichtung vor der branchenüblichen Frage bzw. im Spannungsfeld zwischen der Betonung der kulturellen Ausrichtung im Gegensatz zu einer wirtschaftlichen Ausrichtung zur nachhaltigen Defizitreduzierung.



Gerade Kultur (aber auch Gesellschaftsformate) kostet Geld (!) und ist die Ursache für den grundsätzlich defizitären Betrieb dafür genutzter Veranstaltungsimmobilien. Der Betrieb von Veranstaltungsstätten wie Theater, Opern, Konzertsäle aber auch von Stadthallen, d. h. Häuser mit „Kulturauftrag“ und auch von Häusern gesellschaftlicher/sozialer Funktion/Auftrag selbst bei einem attraktiven Veranstaltungsmix, einem regelmäßigen Veranstaltungsaufkommen und bei guter Besucherresonanz in allen uns bekannten Häusern aufgrund des stets vorhandenen Missverhältnisses zwischen realisierbaren Mieteinnahmen vs. Fixkosten betriebswirtschaftlich defizitär. Der wirtschaftliche Erfolg einer Veranstaltungsimmobilie mit Kultur- und/oder Gesellschaftsauftrag i. S. einer „Daseinsvorsorge“ bemisst sich daher am Grad der optimalen bzw. maximalen Defizitreduzierung. Die realisierbaren Umsätze durch Raummieten, Gastronomie, Technik und Personalleistungen - vor allem im Kultur- und kulturnahen Bereich sowie bei vereinsbasierten und gesellschaftlichen/sozialen Nutzern/Mietern – reicht selbst bei erhöhter Auslastung nicht aus, um die im Sinne einer Vollkostenrechnung anfallenden, operative Betriebs- und fixe Immobilienkosten zu decken (Verhältnis Mieteinnahmen/realisierbare Mietpreise (z. T. bei Kultur- und Gesellschaftsveranstaltungen) zu Fixkosten (Bereitstellung Immobilie, Technik, Personal)). Somit werden Zuschüsse bzw. Ausgleichszahlungen der jeweiligen Betreiber bzw. Eigentümer erforderlich.

Es ist branchenweit üblich, dass Räumlichkeiten für Veranstaltungen z. B. in Stadthallen in der Regel von lokalen bis regionalen Vereinen, Organisationen und Vereinigungen angefragt oder von der Kommune als Träger der kulturellen, gesellschaftlichen und sozio-kulturellen, nicht auf wirtschaftlichen Erfolg ausgerichteten Daseinsfürsorge in den jeweiligen Veranstaltungshäusern angeboten und nachgefragt werden. Da lokalbasierte Vereine, Einrichtungen und Organisationen üblicherweise nur begrenzte Mittel und Budgets für Veranstaltungen haben und auch die Zahlungsbereitschaft für die Teilnahme an Veranstaltungen von Besuchern gerade im deutschsprachigen Raum für Kultur- und Gesellschaftsevents sehr beschränkt ist, „rechnen“ sich derartige Formate i. d. R. für Veranstalter nicht bzw. können nur unter Einbindung von Drittmitteln durchgeführt werden (Zuschüsse für den Veranstalter und/oder reduzierte Mieten durch den Betreiber der Locations), Erst dadurch sind eine Vielzahl an Veranstaltungen im Kultur- und Gesellschaftssegment in vielen Häusern überhaupt möglich Aufgabe, Ziel und Erfolg der jeweils kommunalen Veranstaltungsimmobilie mit einem derartigen Veranstaltungsspektrum liegen dabei primär in einer möglichst breit gefächerten und häufigen, kulturellen und gesellschaftlichen Nutzung. Die Wirtschaftlichkeit des Betriebs der Veranstaltungsstätte steht dabei gegenüber der Bereitstellung von entsprechenden Kapazitäten für derartige Nutzungen durch nicht-kommerzielle, stadt-basierte Organisationen, Einrichtungen und/oder Bürger zunächst zurück. Sie kann jedoch mit Blick auf die angespannten, kommunalen Haushaltssituationen und das ohnehin branchenweit übliche und i. d. R. kommunal auszugleichende Betriebsdefizit ebenfalls in den Fokus rücken. Heißt: eine Stadt muss sich dies auf Dauer leisten können, wollen und dürfen.

### 3.8 EXKURS: Betreibermarkt Veranstaltungsstätten mit sozio-kultureller Ausrichtung

Vor dem Hintergrund von Finanzengpässen vieler Städte und Gemeinden sowie einer Umstrukturierung und Modernisierung der Verwaltung bzw. des Managements öffentlicher Betriebe wird oftmals und immer wiederkehrend über die Privatisierung öffentlicher Kulturbetriebe (Stadthallen, Theater etc.) diskutiert, d. h. die Suche nach und daraus folgende Einbindung eines privatwirtschaftlichen Betreibers für derartige Veranstaltungsstätten. Dabei werden i. d. R. Argumente, wie eine verbesserte Effektivität im Ressourceneinsatz, eine Flexibilität in der Betriebsführung ebenso als Argument für eine solche „Privatisierung“ aufgeführt, wie die angebliche, oftmals aber real ausbleibende Senkung des dauerhaft erforderlichen Zuschussbedarfs/des Bedarfs zur Bereitstellung von Mitteln für dieses Einrichtungen durch die öffentliche Hand.

Wie unter Punkt 3.7 dargestellt, sind Veranstaltungsstätten, wie z. B. Stadthallen, Konzert-/Kulturhäuser aber auch Tagungs- und Kongresszentren in Abhängigkeit vom Umfang derer kulturellem, gesellschaftlichem und/oder sozio-kulturellem Auftrag und Ausrichtungen aufgrund der aufgezeigten Preis-, Umsatz- und Kostenthematik defizitäre Einrichtungen, die nicht kostendeckend betrieben werden können. Demzufolge gibt es im deutschsprachigen Raum keinen privatwirtschaftlichen Betreiber-/Bietermarkt i. S. eines Wettbewerbs für den Betrieb dieser Veranstaltungsstätten.

Dies zeigen die Ergebnisse und Erkenntnisse aus einer Vielzahl an entsprechenden Ausschreibungs-/Vergabeverfahren im Zusammenhang mit Betreibersuchen für diese Immobilien. So blieben, wie man in den entsprechenden Dokumentationen, den korrespondierenden Stadtratsunterlagen und auch in der öffentlichen Presseberichterstattung nachlesen kann, beispielsweise Betreibersuchen bei den Projekten in Bonn, Hamburg, Eschwege, Germering, Bad Godesberg, Oberhausen, Ingolstadt, Northeim, Lübbecke und Eschwege ohne relevante, belastbare Marktresonanz. Diese und auch weitere Verfahren zeigen, dass für den reinen Betrieb von Veranstaltungshäusern kein Interesse aus der Privatwirtschaft, d. h. kein Markt i. e. S. vorhanden ist.

Es gibt Fälle, in denen die öffentliche Hand private Betreiber als Partner/Pächter für Kultur-/Veranstaltungsstätten für sich gewinnen konnten. Hier übernehmen privatwirtschaftliche Gesellschaften im Rahmen von Pacht-/Betreiber- und/oder Betriebsführungsverträgen den Betrieb der Veranstaltungshäuser für die öffentliche Hand. Diese Konstellation ist i. d. R. bei Stadthallen, Tagungs- und Kongresszentren und Hotels vorzufinden, bei denen direkte, bauliche Verbindungen zwischen dem Veranstaltungsbereich und einem Gastronomie-/Hotelbereich bestehen (z. B. „Stadthallenrestaurants“, Hotels (Bsp.: Congress Center Dresden, Congress Center Würzburg, Congress Centrum Ingolstadt).

Dort werden dann i. d. R. „Back-up-Regelungen“ mit den Eigentümern (Stadt/Kommune) zur Kostenübernahme, Aufgabenerbringungen oder Zuschuss-/Ausgleichszahlungen im Zusammenhang mit immobilienbezogenen oder betriebsbedingten Kosten vereinbart, die dem privaten Betreiber einen entsprechend „auskömmlichen“ und „risikominimierten/-freien“ Betrieb ermöglichen. Hier werden üblicherweise sämtliche, immobilienbezogenen Kosten („Dach & Fach“) sowie Teile der Betriebskosten („Facility Management“, Grundleistungen Medienverbrauch, etc.) komplett von dem Eigentümer der Immobilien (= Stadt) übernommen, der private Betreiber damit nicht belastet. Gleichzeitig fließen Umsätze/Einnahmen zunächst dem privaten Betreiber zu, der erst nach vereinbarten Abzügen und Regelungen mögliche Erträge an die öffentliche Hand weiterleitet. Das Betriebs-/Auslastungsrisiko sowie die Kosten der Immobilie und deren Betrieb verbleiben also bei der öffentlichen Hand, sodass sich in diesen Konstellationen politisch und auch haushaltsrechtlich die Frage stellt, ob und wie eine Stadt ein derartiges Modell, vorausgesetzt es findet sich ein entsprechend qualifizierter Partner überhaupt, umsetzen möchte und darf (Stichwort: Beihilfe, Haushaltsrecht, Transparenz, Steuerungsmöglichkeiten etc.).

Vor dem Hintergrund dieser Situation erscheint eine Privatisierung des Betriebs der Stadthalle für die Stadt Wilhelmshaven als keine wirklich realistische Option. Sollte dennoch z. B. ein lokaler Gastronom/Unternehmer oder sonstiger Dritter Interesse an dem Betrieb/der Übernahme des Betriebs einer neuen Stadthalle signalisieren, gilt es genauestens zu prüfen, zu welchen Konditionen und finanziellen Verpflichtungen. Denn, es erscheint als wenig wahrscheinlich und realistisch, dass eine Betriebsübernahme durch einen privaten Dritten ohne weitere Verpflichtungen für die Stadt erfolgt. Es stellt sich die o. g. Frage nach dem „Wollen“ und dem „Dürfen.“

## 4 BAULICHES RAUMKONZEPT

Im ersten Schritt werden allgemeingeltende Grundlagen für eine Veranstaltungsimmobilie wie eine Stadthalle Wilhelmshaven beschrieben, welche die Nutzung und Vermarktung, den späteren operativen Betrieb der Immobilie und damit möglichen Umsätze und Einnahmen sowie auch die Aufwände und die Kosten (z. B. Unterhaltungs- und Personalkosten) wesentlich beeinflussen. Dies sind insbesondere Aussagen zu immobilienrechtlichen Belangen oder auch Ausstattungsmerkmale wie bspw. Anordnungen der Räumlichkeiten zueinander, Flexibilität bzw. Variabilität der Räume, externe und interne Logistik sowie verwendete Materialien.

Auf Basis der Erkenntnisse zum Markt- und Wettbewerbsumfeld (Kapitel 1), den markt-/segmenttypischen Anforderungen und dem möglichen Nutzungskonzept für eine neue Stadthalle (Kapitel 3) wird nachfolgend ein darauf ausgerichtetes Raum- und Funktionskonzept (kein Raumbuch) für eine neue Stadthalle beschrieben.

### 4.1 Ausgangssituation

Wie auch schon in der kurzen Bewertung der Bestandssituation im Status quo in Punkt 1.2.4.1 beschrieben, ist die Nutzung der bestehenden Stadthalle genehmigungsrechtlich 2021 ausgelaufen bzw. beendet worden, die Stadthalle ist seitdem geschlossen. Infolgedessen ist, da kein gleichwertiger Ersatz vorhanden oder geschaffen wurde, das Angebot an Kapazitäten für publikumsstärkere und flächenbedarfsintensivere Veranstaltungen in Wilhelmshaven stark eingeschränkt und Wilhelmshaven als Standort/Destination für Kultur-, Gesellschafts- sowie auch für wirtschafts- und wissenschaftsnahe Veranstaltungen deutlich weniger attraktiv.

Zwar sind in Wilhelmshaven mit den veranstaltungsrelevanten Kapazitäten des Pumpwerks, des Stadttheaters, des Gorch-Fock-Hauses auch „größere“ und z. T. differenzierte Veranstaltungskapazitäten per se vorhanden (bis max. ca. 500 Personen (Reihenbestuhlung) im größten Saal, zzgl. Tagungs-/Break-Out-Räume), doch haben diese, wie z. B. das Stadttheater oder das Pumpwerk eigentlich andere Nutzungsschwerpunkte und damit zusammenhängende Belegungsthemen oder eine eigentlich inhaltlich andere Ausrichtung wie eine Stadthalle. Sie sind zudem baulich speziell strukturiert. Auch ist die Nähe und das Angebot lokaler Hotel- und Gastronomiebetriebe, die Nähe zu etablierten Veranstaltungshäusern im Umfeld der Stadt Wilhelmshaven (Aurich, Leer) und die Distanz zu den größeren Zentren Oldenburg und Bremen bei der Entwicklung einer neuen Stadthalle zu berücksichtigen.

Im Hinblick auf Ausgestaltung eines Neubaus gilt es somit eine neue Halle zu entwickeln, die ausreichend groß ist, um die Anforderungen und Bedarfe potenzieller Kunden am und für den Standort Wilhelmshaven nach entsprechenden Veranstaltungskapazitäten zu decken. Gleichzeitig sollte sie aber auch nicht zu groß bzw. überdimensioniert sein, um nicht eine direkte Wettbewerbssituation zu den oben genannten, größtenteils seit einigen Jahren bestehenden und somit im Markt etablierten Locations zu schaffen oder auch am für den Standort Wilhelmshaven realisierbaren Veranstaltungsspektrum vorbeizugehen. Denn, dies würde neben hohen Investitionskosten einen langfristigen sowie personal- und kostenintensiven Betriebs- und Vermarktungsaufwand auf Seiten des Betreibers eines neuen Hauses selbst bedeuten und auch die anderen Locations in Wilhelmshaven und im Umkreis nachteilig betreffen – der Veranstaltungsmarkt wird durch ein neues Haus am Standort Wilhelmshaven per se nicht größer, sondern der Wettbewerb um gleiche/ ähnliche Veranstaltungen für Locations in Wilhelmshaven und im Umkreis intensiver.

Zudem gilt, dass die räumliche Dimensionierung und qualitative Ausgestaltung eines neuen Hauses direkte Auswirkungen auf den unmittelbaren Investitionsaufwand sowie die langfristigen Betriebs- und Finanzierungskosten haben (Stichwort: Wirtschaftlichkeit/Zuschussbedarf). Auch haben die Aspekte Raumprogramm und Qualitäten direkte Implikationen für das Nutzungsprofil, die Preispolitik sowie das Image des Hauses.

Vor dem Hintergrund dieser Aspekte und unter Zugrundelegung der Ergebnisse der obigen Standort-, Markt- und Wettbewerbsuntersuchung, der Einschätzung des Potenzials vor Ort und unseren Erfahrungen in anderen Städten bei ähnlichen Projektentwicklungen wurden nachfolgende Annahmen der Entwicklung eines Raum-, Ausstattungs- und Funktionsprogramms zugrunde gelegt.

## 4.2 Allgemeingültige Grundlagen für eine Stadthalle

### 4.2.1 Lage im städtebaulichen Kontext

Für Veranstaltungsstätten wie eine Stadthalle, als ein Mittelpunkt städtischen Lebens, ist die fußläufige Anbindung an die Innenstadt (Lokalitäten, Ausgehmöglichkeiten vor und nach Veranstaltungen) und an den ÖPNV, respektive an den (Haupt-)Bahnhof vorteilhaft. Reine Wohngebiete oder gar Seniorenheime und Einrichtungen für Betreutes Wohnen sollten aufgrund von Lärmemissionen vor und nach Veranstaltungen (an-/abfahrende Besucherverkehre, Be- und Entladesituation im Veranstaltungsfall, An-/Abfahrt Tourverkehre) in einigem Abstand lokalisiert sein.

Eine genauere Bewertung der für die Realisierung einer neuen Stadthalle Wilhelmshaven in Frage kommende Projektstandorte erfolgt separat in Punkt 5.

### 4.2.2 Verkehrliche Erschließung

Eine gute verkehrliche Erschließung insgesamt (Veranstaltungs-, Liefer-, Individualverkehr, ÖPNV, Fahrrad, Fußgänger) ist essenziell für eine Veranstaltungsimmobilie, insbesondere die Erschließung am Standort selbst. Sowohl für den Veranstaltungs-, Liefer- und Individualverkehr als auch für die fußläufige Erschließung z. B. aus Richtung eines (Haupt-)Bahnhofs sollte eine sichtbare, eindeutige und selbsterklärende Beschilderung zur Veranstaltungsstätte zur besseren Orientierung Ortsfremder gegeben sein.

Neben der Bereitstellung ausreichender Parkflächen (Pkw, Lkw/Tourenfahrzeuge, Transporter) ist eine Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln oder gefahrlos mit dem Fahrrad anzuraten (Bereitstellung von Fahrradstellplätzen). Eine für die Veranstaltungsbranche sinnvolle Vorfahrtssituation z. B. für Taxi und Busstransfer ohne kreuzende Verkehre (Fußgänger/Pkw/Bus) sollte gegeben sein.

Die An- und Abfahrtssituation für Pkw, Lkw/Tourenfahrzeuge, Transporter vor und nach Veranstaltungen sowie auch die Situation des ruhenden Verkehrs (Parkplätze) in Veranstaltungshäusern ist ein sowohl von Veranstaltungsbesuchern als auch ein von der Nachbarschaft bzw. den Anwohnern kritisch verfolgtes und auch in der Öffentlichkeit/den Medien diskutierter Faktor. So beziehen sich Anwohnerbeschwerden primär auf erhöhte Lärmemissionen in den späten Abend- und Nachtstunden, die durch an-/abfahrende Besucherverkehre aber auch durch Lade- und Lieferverkehre auftreten. Hinzu kommt, dass es aufgrund der oftmals begrenzten Anzahl an Stellplätzen an Veranstaltungshäusern bei Veranstaltungen i. d. R. zu einem erhöhten Parkdruck kommt, der zu erhöhten, emissionsverursachenden Parksuchverkehren und Falschparkern in den umliegenden Straßen führt.

Somit gilt es, gem. der lokalen Stellplatzverordnung oder sonstiger, öffentlicher Regelungen/Vorgaben, ausreichend Stellplätze in fußläufiger Entfernung zu einer neuen Stadthalle sowie einen den Veranstaltungszeiten angepassten ÖPNV-Haltepunkt vorzusehen. Ferner sind Zu- und Abfahrtszeiten und -regelungen für den Personen- und Lastverkehr zu Areal zu entwickeln, mit den Anwohnern abzustimmen und durch ein aktives Verkehrs- und Parkraummanagement umzusetzen. Dies gilt umso mehr auch dann, wenn neben einer neuen Stadthalle z. B. am Standort Pumpwerk weitere Nutzungen im Quartier Wiesbadenbrücke entwickelt werden sollten. Denn, je mehr Nutzungen dort angesiedelt werden desto mehr Anwohner-, Besucher- und Verkehrsaufkommen ist zu erwarten, dass es entsprechend zu regulieren gilt.

Für die Beschickung einer Veranstaltungsimmobilie und im Wesentlichen des Hauptveranstaltungsraumes ist eine optimale Anliefersituation notwendig (breite Zu-/Ausfahrt, ausreichend Rangiermöglichkeiten, Ladehof, überdachte Be-/Entladezone, Lärmschutz etc.). Sie hat wesentlichen Einfluss auf die Be- und Entladezeiten im Veranstaltungsfall und somit auf die Personalkosten des Veranstalters (Verkaufsargument).

### 4.2.3 Äußeres Erscheinungsbild und Sichtbarkeit

Die Außen- bzw. Grünanlage vor bzw. um eine Veranstaltungsimmobilie sollte als Aushängeschild und für den „ersten Eindruck“ jederzeit gepflegt sein. Falls es die Platzverhältnisse und die Umgebung zulassen, sollte sie

der Bevölkerung zur Nutzung dienen (z. B. durch Kinder, Aufenthaltsqualität), um so die Akzeptanz der Stadthalle in der Bevölkerung zu fördern.

Positiv wirkt sich das Erscheinungsbild und eine gute Sichtbarkeit einer Veranstaltungsimmoblie auf ihre Vermarktbarkeit bei größeren Events und wirtschafts-/wissenschaftsnahen Veranstaltungen aus (Fahnenmasten, temporäre Werbeflächen). Die Wahrnehmung und damit Sichtbeziehungen von Veranstaltungsstätten im öffentlichen Raum sind von wesentlicher Bedeutung, beeinflussen sie nicht nur die Wirkung solcher Immobilien als Landmark, sondern auch deren Akzeptanz und Identifikation durch die lokale Bevölkerung. Ebenso unterstreicht die Größe der Immobilie, eine „herausragende“, aber trotzdem funktionale Architektur sowie die verwendeten Materialien und ein gezieltes Beleuchtungskonzept den Charakter als stadtbildprägendes Landmark.

#### 4.2.4 Außenbereiche/Vorfahrt/Vorplatz

Die Außenbereiche der Stadthalle sollten repräsentativ, barrierefrei und gleichzeitig einladend gestaltet werden. Fußgänger werden z. B. beim einem möglichen Projektstandort Pumpwerk überwiegend aus nördlicher Richtung über die Jadealle aus der Innenstadt zum Gebäude gelangen, mit dem Pkw anreisende Besucher über die Emsstraße aus westlicher Richtung. Bei der Lage bzw. Ausgestaltung eines entsprechenden Vorplatzes sind sowohl diese Wegeverbindungen der Außenerschließung als auch die Verbindungen zu umliegenden Nutzungen und Gebäuden, die Geländetopographie und die Außenanlagen (Grünflächen) am Standort zu berücksichtigen.

Der Vorplatz sollte ausreichend groß sein, um hier bei Bedarf ggfs. auch zusätzlich zum Publikumsaufkommen auch z. B. Fahrzeuge/Objekte, oder sonstige Produkte zu präsentieren oder besondere Eingangssituationen inszenieren zu können (Stichwort: „red carpet“). Zum Haupteingang sollte auch eine Vorfahrt für Taxen (inkl. Nachrückerplätze) geplant werden. Ferner ist eine Zufahrt für Reisebusse und den kurzzeitigen Ein-/Aussteigerverkehr vorzusehen.

Darüber hinaus sollte im planerischen Auge gehalten werden, dass im Außenbereich der Stadthalle ggfs. zukünftig auch Open-Air-Veranstaltungen durchgeführt werden können. So wären separate Außenbühnen, Außenbühnen direkt am Haus mit entsprechend zu positionierenden Publikumsflächen ebenso denkbar, wie auch eigenständige Gastronomieeinrichtungen und deren betriebsnotwendige Flächen. Hierfür sind entsprechende Anschlusspunkte an die Versorgungsmedien, Stellplätze im Einklang mit dem Evakuierungskonzept etc. vorzusehen.

#### 4.2.5 Anlieferung (Ladehof)

Der Anlieferungsbereich dient für die Anlieferung/Abfuhr von Waren, Material, Ausstattungen, Veranstaltungsmobiliar etc. ebenso, wie üblicherweise als Ladehof und Entsorgungsbereich für Veranstaltungs- und Gastronomieabfälle.

Dabei ist die Funktionalität einer Veranstaltungsstätte in einem besonderen Maße auch von der Qualität der Logistik abhängig. Folglich sollte der Anlieferungsbereich des Gebäudes aus dem heraus sowohl der Veranstaltungsbereich als auch der Küchen-/Cateringbereich zentral angeliefert werden so gestaltet werden, dass eine möglichst ungestörte Beschickung des Hauses möglich ist, die Nachbarschaft und der fließende Verkehr im Umfeld nicht beeinträchtigt werden.

Der Bereich, der von Lkws direkt anfahrbar sein muss, ist mit einem direkten Zugang/Rampe zur Bühne/zum Großen Saal, zum separaten, abschließbaren und belüfteten Entsorgungsbereich und zum Hauptlager auszugestalten. Im Bereich des Wirtschafts-/Ladehofs ist mindestens ein Standplatz für einen Lkw und einen „Sprinter“ plus entsprechenden Rangier-/Entladeflächen und Rampen/Ladedocks anzuordnen. Die Funktionalität ist durch entsprechende Schleppkurven nachzuweisen.

Der Bereich ist durch entsprechende Maßnahmen optisch/akustisch insbesondere von dem sich anschließenden Großen Saal und der Nachbarbebauung zu trennen, um dessen Nutzbarkeit, insbesondere im



Hinblick auf Lärmschutzaspekte, nicht einzuschränken. Das Anlieferungstor an der Ladezone sollte ausreichend groß sein, überdacht und idealerweise witterungsfest mit Schleuse bzw. Windfang und/oder Luftschleier zum Innenraum versehen werden.

#### 4.2.6 Wegeführung im Gebäudeinneren

Auch die innere Erschließung bzw. Logistik der Immobilie „Stadthalle“ sollte optimal sein, um einen reibungslosen Betrieb zu gewährleisten und den zeitlichen Aufwand möglichst gering zu halten (Be-/Entladezone mindestens nahe Hauptveranstaltungssaal, kurze, barrierefreie, interne Wegeführung, ausreichend Lagerflächen etc.). Eine Überschneidung von Besucher- und Nutzerverkehren mit den Lieferverkehren, sowohl intern als auch extern, sollte vermieden werden.

Die für alle Besucher zugänglichen Bereiche einer Stadthalle sind barrierefrei zu gestalten. Falls ein Wechsel zwischen den Gebäudeebenen erforderlich ist, müssen diese für den Besucher möglichst komfortabel gestaltet werden. Bei der Anordnung von Vertikalerschließungen sind die Hauptbesucherströme, eine möglichst einfache Orientierung sowie die unterschiedlichen Betriebszustände (Einzel- bzw. Parallelbespielung) zu beachten. Vertikale Erschließungen können aus statischen Treppen sowie Personenaufzügen, rollstuhlgerecht nach DIN 18040-1, bestehen. Treppenanlagen sind dabei als Paralleltreppen zu konzipieren (keine Kreuztreppen).

### 4.3 Übergeordnete Annahmen

Die in diesem Dokument verwendeten Werte/Annahmen zu Raum-/Flächenmaßen geben den grundsätzlichen Rahmen zur möglichen Dimensionierung der Veranstaltungs- und Funktionsflächen einer neuen Stadthalle in Wilhelmshaven als Stand-Alone-Lösung vor. Es wird also zunächst von einem singulären Gebäude ausgegangen. In Abhängigkeit der weiteren Überlegungen und architektonischen Planungen bzw. Konzepte sowie vor dem Hintergrund der möglichen Anordnung/Platzierung einer neuen Halle auf dem jeweiligen Projektareal und der Geländetopographie des geplanten Standortes sind selbstverständlich auch abweichende Raum-/Flächengrößen und anderweitige Anordnungen denkbar.

So könnten beispielsweise bei einem Projektstandort Pumpwerk Synergien bei Publikums- und Funktionsflächen realisiert werden, die für beide Locations das Flächenvolumen und die Gebäudekubatur, die Investitions- sowie auch die Betriebskosten beeinflussen. Sich absehbar ergebende Synergien bei einer neuen Stadthalle am Standort Pumpwerk werden innerhalb der folgenden Ausführungen begleitend grob aufgezeigt und mit dem nebenstehenden Symbol aufgezeigt.



*Anmerkung:*

*In Bezug auf das Raumkonzept kann es im Rahmen dieser Studie zu Werten kommen, die von den bislang bekannten und diskutierten Modellen abweichen können. Dies kann in einer anderen Konzeptionierung einer derartigen Veranstaltungsimmoblie und in anderen Raum- und Flächenmaßen begründet sein.*

Ausgehend von den in Punkt 3.4 dargestellten, markt-/branchenüblichen Anforderungen der potenziellen Nutzer sowie dem Modell für das potentielle Nutzungsspektrum werden nachfolgend mögliche Dimensionierungen, allgemeine bauliche Vorgaben sowie die grundsätzliche Ausrichtung einer neuen Stadthalle auf Grundlage unserer Erfahrungen in anderen, ähnlichen Projekten dargestellt.

Dabei sind folgende, übergeordnete baulichen Anforderungen zu berücksichtigen:

- Ebenerdiger Saalinnenraum ohne fest ansteigende Rangstufen zur Sicherung größtmöglicher Flexibilität, es ist im Planungsprozess zu überprüfen, ob
  - a) möglicherweise eine Galerie-/Emporenlösung gewollt und sinnvoll ist. Eine derartige Ausgestaltung ermöglicht unter anderem eine gute Bühnensicht und geringere Investitionskosten (weniger Flächenbedarf zur Abbildung ggfs. politisch gewünschter Kapazitäten), dagegen sprechen

die damit einhergehenden Einschränkungen, insbesondere bei Veranstaltungen mit Betischung und bei stehendem Publikum sowie eine erhöhte Gebäudekubatur.

- b) flexible Podest-/Tribünenelemente im Saalbereich vorzusehen sind, die ggfs. eine ansteigende Bestuhlung im Saalbereich (oder Teilen davon) ermöglicht.
- Feste (gegebenenfalls in den Saalinnenraum mit mobilen Podesten erweiterbare) Szenenfläche (Bühne) mit ausreichenden Stromanschlüssen, Hängepunkten/-lasten sowie einer veranstaltungstechnischen Grundausstattung (insbesondere Ton und Licht) sowie optimierter Anlieferbarkeit. Dabei gelten bei einer Szenenfläche (Bühne), die größer als 200 m<sup>2</sup> ist (Szenefläche = Bühne, Hinter-/Seitenbühne, Unter- und Oberbühne) erweiterte Vorschriften und damit auch andere, personelle Anforderungen für die Betreibergesellschaft (vgl. § 40 MVStättVO).
  - Saaldecke mit flächendeckenden Anschlagmöglichkeiten zur Lastabhängung, Stromanschlüsse in allen Innenraumbereichen (Saal, Foyer, Seminarräume) an den Wänden oder über Bodentanks,
  - Bestenfalls verfügt der Saalbereich über Tageslicht mit der Möglichkeit zur kompletten Verdunkelung des Saalinnenraums durch Verdunkelungsanlagen,
  - Möglichkeit einer räumlichen und medien-/veranstaltungstechnischen Teilbarkeit und/oder Koppelbarkeit des Saalinnenraums mit weiteren Veranstaltungsbereichen (z. B. Foyer, Seminarräume),
  - sehr gute akustische Konzeption des Saalinnenraums (dabei gilt, dass in einer derartigen Halle Veranstaltungen mit unterschiedlichen akustischen Anforderungen (Konzert mit ausgewogenem Nachhall, Wortveranstaltung mit möglichst geringem Nachhall) durchgeführt werden können. Dies bedingt einen Mittelweg bei der Akustik (E-Musik mit O-Ton, U-Musik mit ELA)),
  - Ausgestaltung der Foyerbereiche in der Art, dass sie auch als eigenständige Veranstaltungsfläche genutzt werden können. Die Nutzung des Foyers als Veranstaltungsfläche ist dabei jedoch aus brandschutzrechtlichen Gründen nicht im Parallelbetrieb mit dem Saalbereich oder den sonstigen Veranstaltungsflächen zu sehen,
  - Berücksichtigung kleinerer Seminarräume mit entsprechenden Foyer-/Pausenbereichen und nach Möglichkeit eigener Erschließungssituation als Break-Out-Bereiche größerer Veranstaltungen im Saalbereich oder eigenständiger Veranstaltungsbereich
  - Ausreichend dimensionierte und optimiert angeordnete Infrastrukturflächen, insbesondere Lager und Backstagebereiche (inklusive Lastenaufzüge),
  - Barrierefreie Erreichbarkeit mindestens aller Veranstaltungsbereiche, bestenfalls auch der nicht-öffentlichen Funktionsbereiche
  - Küche als Vorbereitungsküche für eine Cateringversorgung, keine Vollküche. Ausreichende Flächen für Küchenlager und Kühlzellen
    - dies ist eine Option, bei Bedarf nach einer Voll-/Dauergastronomie in der Halle sind entsprechend abweichende Parameter zu berücksichtigen
  - Allseitige An- und Umfahrbareit (Stichwort: Feuerwehr) und separate, emissions- und witterungsgeschützte Anlieferzonen sind wünschenswert.

## Niedersächsische Versammlungsstättenverordnung (NVStättVO) vs. Praxis

Im Hinblick auf die Dimensionierung des Saalbereichs gilt, dass die Niedersächsische Versammlungsstättenverordnung (NVStättVO) die maximale Bestuhlbarkeit von Versammlungsräumen regelt. So sieht die NVStättVO gem. §1, Abs. 2 als Richtwerte für den Platzbedarf pro Person folgendes vor:

- 0,5 m<sup>2</sup> Grundfläche pro Person bei Reihenbestuhlung
- 1,0 m<sup>2</sup> Grundfläche pro Person bei parlamentarischer Bestuhlung („Tischbestuhlung“).

Während diese normativen Platzbedarfe für die Planung und die Genehmigung der Veranstaltungsstätte wesentlich und unabdingbar sind, werden in der Praxis von den Betreibern derartiger Häuser in der Regel andere Maße angewendet – großzügigere Dimensionen, um sowohl den Besucherkomfort zu erhöhen, aber auch um operative Aspekte, wie Befüllungen/Entleerungen von Saalbereichen vor/nach einer Veranstaltung etc. zu vereinfachen. Folgende Richtwerte werden in der Praxis oftmals angewendet:

- 0,7 – 0,9 m<sup>2</sup> Grundfläche pro Person bei Reihenbestuhlung
- 1,2 – 1,5 m<sup>2</sup> Grundfläche pro Person bei parlamentarischer Bestuhlung („Tischbestuhlung“).

Diese Praxiswerte liegen den nachfolgenden Überlegungen und Werte für eine neue Stadthalle Wilhelmshaven zu Grunde.

### 4.4 Raum- und Ausstattungskonzept (Detail)

Grundsätzlich sind die Räume und Flächen sowie die Ausstattung einer neuen Stadthalle auf die Kernnutzung des Objektes auszurichten. Sie sind Grundlage der Nutzung und Vermarktung sowie des Betriebs der neuen Stadthalle Wilhelmshaven.

Die neue Stadthalle soll primär für Kultur- und Gesellschaftsveranstaltungen aber auch für wirtschafts- und wissenschaftsnahe Veranstaltungen nutzbar sein. Eine spezielle Ausrichtung auf klassische konzertante und/oder darstellende Konzert-, Oper- und/oder Theateraufführungen, auf kommerzielle Kongress- oder Messeveranstaltungen sowie auf Sportnutzungen oder kleinteiligere Meetings & Tagungen ist nicht vorgesehen. Dabei könnte eine neue Stadthalle als Bestandteil des Gesamtangebotes in Wilhelmshaven in Kombination mit den Bestandsangeboten z. B. des Pumpwerks, des Atlantic Hotels, des TWWP und/oder Veranstaltungen mit Bedarfen nach größerflächigen Kapazitäten ebenso genutzt werden, wie auch als eigenständiger Veranstaltungsort.

Das Flächenangebot und die Ausstattung der neuen Stadthalle sollten demzufolge multifunktional ausgerichtet sein, um eine möglichst große Nutzungsflexibilität sicherzustellen. Zudem sind bei der Planung und Anordnung der Flächen und Räume auf horizontaler und vertikaler Ebene funktionale Zusammenhänge und Erschließungen auch für die nicht-öffentlichen Lagerbereiche derart auszugestalten, dass betriebliche Abläufe optimiert und somit aufwandsreduziert möglich sind. Auch gilt es bei der Planung Aspekte, wie die Wegebeziehungen zur Innenstadt, die Anbindung an das Straßennetz, Flucht-/Rettungswege bzw. Feuerwehranfahrten, Sammelpunkte etc. zu berücksichtigen.

Die Architektur einer neuen Halle sollten die verschiedenen Nutzungen unterstützen und bestenfalls ein Alleinstellungsmerkmal darstellen. Ferner könnte insbesondere bei einer Bebauung des Areals am Pumpwerk architektonische Bezüge auch zum Pumpwerk selbst, zum TWWP und dem Standort Wiesbadenbrücke/Banter See umgesetzt sowie das Stadtbild des Quartiers in diesem Abschnitt der Jadeallee/Emser Straße mit einer „neuen Adresse“ neu gestaltet werden.

In Abhängigkeit der weiteren Überlegungen zu Nutzungs- und Betriebsaspekten aber auch in Abhängigkeit des konkreten Projektstandortes sowie durchzuführender Planungskonkretisierungen kann es absehbar zu veränderten Dimensionierungen aufgrund von Grundstücks-, Erschließungs- und Architekturkonzeptaspekten kommen. Auch das Konzept für die Anlagen der Gebäude- und Haustechnik für die neue Halle

haben einen wesentlichen Einfluss auf die erforderlichen Technikräume (Stichwort: Stand-Alone vs. in Kombination z. B. mit den haustechnischen Anlagen des Pumpwerks).

#### 4.4.1 Großer Saal

Zentrum der neuen Stadthalle ist ein multifunktionaler, teilbarer Veranstaltungssaal mit einer Raumgröße von bis zu ca. 1.500 m<sup>2</sup> (ohne Bühne/Szenefläche). Mit dieser Raumgröße, die sich an der Größe des bisherigen Saals der Stadthalle orientiert und darüber hinaus aus der Einschätzung der aktuellen Markt- und Bedarfssituation heraus nur geringfügig größer angesetzt wird, bietet er gem. folgender Grundlagen/Richtlinien

- Vorgabe NVStättVO bei Reihenbestuhlung: 0,5 m<sup>2</sup>/Person;
  - „Praxis“: 0,7 m<sup>2</sup> bis 1,0 m<sup>2</sup>/Person
    - Annahme hier 0,8 m<sup>2</sup>/Person
- Vorgabe NVStättVO bei parlamentarischer Möblierung: 1,0 m<sup>2</sup>/Person;
  - „Praxis“: 1,2 m<sup>2</sup> bis 1,5 m<sup>2</sup>/Person
    - Annahme hier 1,35 m<sup>2</sup>/Person

Platz für bis zu maximal 3.000 Personen bei Reihenbestuhlung nach NVStättVO bzw. rund 1.875 Personen nach „Praxis-Flächenmaß“. Er ist demnach ebenfalls geeignet für eine parlamentarische Bestuhlung von ca. 1.500 Plätzen nach NVStättVO bzw. ca. 1.100 Personen nach „Praxis-Flächenmaß“.

##### Kapazitäten

Nutzfläche Saal (Beispiel)

1.500 m<sup>2</sup>

Bestuhlungsart	nach NVStättVO	nach Praxis
Reihenbestuhlung	3.000	1.875
Parlamentarische Bestuhlung	1.500	1.111
Bankettbestuhlung (8er Tische in Tischreihen oder 6 Pax an runden Tischen)		1.339
Unbestuhlt (Konzert)	3.000	3.000

Der Große Saal sollte stützenfrei ausgestaltet und in variable Saalflächen für unterschiedliche Nutzungen teilbar sein. Dazu sind an den geeigneten Stellen bewegliche, schallisolierende Trennwände vorzusehen. Die Aufteilung des Saals in zwei bzw. drei Saalteile orientiert sich an den zu erwartenden Größen der zukünftigen Veranstaltungen bzw. der bereits heute bestehenden Nachfrage an entsprechenden Kapazitäten. Die entstehenden Teilräume müssen gleichzeitig nutzbar sein und direkte Zugänge zum Foyer haben, wobei ein/zwei Teilbereiche dann ohne feste, sondern nur über mobile Bühnen verfügen.

Ein Beispiel für einen sehr variablen Saal ist der Saal West der Congresshalle in Saarbrücken ([www.ccsaar.de/raum/saal-west/](http://www.ccsaar.de/raum/saal-west/)).

Emporenbereiche zur Abbildung von Sitzplatzkapazitäten sind grundsätzlich ebenso denkbar, wie die Einbringung von Hubpodien/Tribünen im Saal-/Parkettbereich (oder Teilbereichen davon) zur Ausgestaltung ansteigender/absteigender Bestuhlung und ein Orchestergraben (ggfs. fahrbar auf verschiedenen Ebenen mittels Hubpodien und somit auch Lastenaufzug ins UG). Dabei gilt, dass Emporenbereiche weniger für Tagungen, Kongresse und Gesellschaftsveranstaltungen, sondern eher für teilnehmerstarke Kulturveranstaltungen mit Reihenbestuhlung relevant sind. Emporenbereiche in einem großen Saal können zudem die Grundfläche des Gebäudes reduzieren (bei gleichzeitiger Erhöhung der Gebäudekubatur infolge von erhöhten Raum-/Deckenhöhen) und auch ggfs. bei baulichen Abtrennmöglichkeiten und ebenerdiger Bodengestaltung als kleinere Veranstaltungsbereiche genutzt werden (was wiederum bei reihenbestuhlten Formaten im Saalbereich nicht sinnvoll und daher mit Podesten oder Tribünensystemen anderweitig zu lösen ist).

Weiterhin sollte die Möglichkeit geschaffen werden, den Großen Saal mit dem Foyerbereich über flexible Trennwandsysteme so zu kombinieren, dass eine gemeinsame, übergangslose Nutzung des gesamten Bereichs möglich ist (Durchführung größerer Veranstaltungen unter Einbeziehen des Foyers bspw. in einer Sitz-Stehplatzkombination: z. B. Firmenweihnachtsfeiern).

Der ebenerdige Große Saal ist behindertengerecht, barrierefrei (keine fest eingebauten Podeste im hinteren Saalbereich) und mit einer mobilen Bestuhlung auszustatten, um eine möglichst hohe Nutzungsflexibilität realisieren zu können. Die Raumhöhe (lichte Höhe) sollte aufgrund der Saalgröße mindestens 8 Meter betragen, weitere Anforderungen hierzu ergeben sich aus dem erforderlichen Luftbedarf, der technischen Ausstattung, den Sichtachsen und der Akustik. Ggfs. sind einzeln absenkbare Deckenelemente zur Reduzierung der „gefühlten“ Raumhöhe oder Verbesserung der Akustik vorzusehen. Verfügt der Saal über Tageslicht (nicht zwingend erforderlich, aber wünschenswert), so sind entsprechende Sonnenschutz- und Verdunklungsmöglichkeiten („Black-Box“) vorzusehen.

Neben einer Hauptbühne/Szenefläche an der Längsseite (Frontseite) des Saals sind Möglichkeiten für die temporäre Installation/Aufbau von Szenenflächen (mittels mobiler Podestlösungen) in einer „Querbespielung“ (siehe Abschnitt „Bühne/Szenefläche“) und auch in den abgeteilten Teilbereichen des Saals mit entsprechenden Anschluss- und Hängepunkten vorzusehen.

Ein direkter Zugang vom Cateringbereich, dem Lagerbereich und zu den Be- und Entladestationen im Wirtschafts-/Ladehof und eine direkte Belieferbarkeit über eine Rampe sollte berücksichtigt werden.

Bereich/Raum	Nutzfläche (ca. in m <sup>2</sup> )	Nutzung/Funktion	Anmerkung
Großer Saal	ca. 1.500 – 1.600	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Teilbarkeit Großer Saal über Trennwandsystem im Verhältnis 35/65 und/oder 50/50</li> <li>▪ Kombination Großer Saal/Foyer über Trennwandsystem</li> <li>▪ Größere Bühne/Szenefläche im Kopfbereich des Saals,</li> <li>▪ temporäre Bühnen/Szeneflächen auch im Querbereich und in abgetrennten Einzelsälen</li> <li>▪ Verbindung zum Lager- und Gastronomiebereich</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Barrierefreier Zugang</li> <li>▪ Mobile Bestuhlung</li> <li>▪ Bewegliche, schallisolierende Trennwände</li> <li>▪ Klimatisierung/Belüftung</li> <li>▪ Verdunklungsmöglichkeit</li> <li>▪ Konferenz- und Projektionstechnik, Audio-Equipment</li> <li>▪ Hauseigenes Netzwerk/WLAN</li> <li>▪ Grundausstattung Scheinwerfertechnologie und Showlichtanlage</li> <li>▪ Hängepunkte in Rastern</li> <li>▪ Ausreichende Trag- und Verkehrslasten</li> <li>▪ Direkte Anlieferungsmöglichkeit</li> <li>▪ Rollstuhlplätze</li> </ul>

- ▶ Mit einer theoretisch möglichen Maximalkapazität für bis zu 3.000 Personen bei Reihenbestuhlung böte der Große Saal der neuen Stadthalle ein gegenüber dem Saal der alten Stadthalle größeres Raumangebot. Ein Raumangebot, welches für Produktionen aus dem Live-Entertainment-Segment attraktiv wäre, da es eine Saalgröße in einer für Veranstalter, Künstler und Agenturen relevanten Mindestgröße bietet (Saalkapazität = potenzielle Ticketverkäufe). Für MICE-Veranstaltungen wäre diese Saalgröße per se zwar auch interessant, doch sind hier auch die Saalflexibilität, die Anzahl der Tagungsräume, Foyer-/Ausstellungsflächen sowie auch das Hotel-/Beherbergungsangebot sowie die Erreichbarkeit Wilhelmshavens mitentscheidend.



- ▶ Eine direkte Konkurrenzsituation mit anderen Locations in Wilhelmshaven wäre kapazitätsbezogen nicht gegeben, eher bestünde die Möglichkeit, Veranstaltungen in Abhängigkeit der Größen und Ticketverkäufe von (a) nach (b) zu verlagern. Dies wäre insbesondere für Live-Entertainment-Veranstaltungen attraktiv, da hier Ticketvorverkäufe mitunter stark volatil sind und – bei freien Kapazitäten – somit die Stadthalle mit einem in der Größe auch flexibel ausgestaltbaren Saal flexibel auf entsprechende Entwicklungen reagieren könnte.
- ▶ Für lokale Hotelbetriebe würde der Große Saal eine Ergänzung des vor Ort vorhandenen Angebots an MICE-Kapazitäten bedeuten. Es könnten damit auch größere Events nach Wilhelmshaven gelockt werden, die dann in mehreren Locations durchgeführt werden könnten (z. B. Stadthalle, Pumpwerk und Hotel-Banketträume).

#### 4.4.2 Bühne/Hinter- und Seitenbühne

Für die Vielzahl unterschiedlichster Veranstaltungsarten, die in der Stadthalle durchgeführt werden, ist eine Bühne im vorderen Bereich/Kopfbereich des Großen Saals vorzusehen, die über eine Hinter-/Seitenbühne direkt mit dem Lager- und Anlieferbereich verbunden ist und eine ausreichende Tiefe und Breite aufweist. Der Bereich sollte eine Gesamtfläche von ca. 200 bis 250 m<sup>2</sup> umfassen (Bühne + Hinter-/Seitenbühne). Bei Bedarf kann der Bühnenbereich bspw. um eine Vorbühne mittels mobiler Podeste erweitert werden. Es wird eine lichte Höhe von ca. 12 m benötigt (ggf. zusätzliche/andere lokale Anforderungen).

Die Bühne/Szenenfläche sollte gegenüber der 1. Zuschauerreihe bzw. der Parkettebene um rund 1m erhöhbar sein (falls Ballett- oder sonstige Tanzformate in einem erhöhten Umfang vorgesehen sind, sogar bis zu 1,5 m, um die Sichtqualität auf die „Füße“ zu erhöhen. Ob die Bühne/Szenenfläche in Form eines auf mehreren Ebenen verstellbaren Hubpodiums konzipiert werden sollte, kann derzeit nicht abgeschätzt werden (ggf. lokale Anforderungen). Des Weiteren könnte mit Hilfe eines vor der Bühne befindlichen Podiums die Erschließung eines evtl. unter dem Saalboden liegenden Stuhl und Tischlagers erfolgen (= Unterbühne, Option).

Ein Beispiel für eine multivariable und -funktionale Bühne mit 6 hydraulisch verstellbaren Segmenten (Gesamtgröße 18 x 10 m, davon Element A: 12 x 6 m, Element B/C: je 3 x 6 m, Element D: 12 x 4 m und Elemente E/F: je 3 x 4 m), unter Last fahrbar von 0 auf 2 Meter Höhe mit 5 t Last/Segment ist in der Samsung Hall in Zürich zu finden ([www.samsunghall.ch](http://www.samsunghall.ch)).

Die Hinterbühne dient insbesondere als Vorbereitungs-/Montagefläche und sollte bei einer Tiefe von min. 5 m eine Gesamtfläche von ca. 70 - 100 m<sup>2</sup> aufweisen. Die Breite der Hinterbühne entspricht der Breite der Hauptbühne im hinteren Bereich; es wird eine lichte Höhe von 8-10 Meter ebenso benötigt, wie eine Zugangssituation vom Bühnenbereich mit ausreichend großen Portalöffnungen.

Zusätzlich zur Hinterbühne sind Seitenbühnenbereiche sowie ein Magazin vorzusehen. Diese zu beiden Seiten der Hauptbühne befindlichen Bereiche dienen der Vorbereitung der Künstler und der temporären Zwischenlagerung von Dekoration und Materialien während einer Bühnenshow.

Die Installation eines Schnür- und Rollenbodens und einer umfangreichen Obermaschinerie ist per se nicht erforderlich. Es genügt ein einfacher Schnürboden für die Obermaschinerie (Zuganlagen). Darüber hinaus sind aber auch im Bühnenbereich ausreichend Hängepunkte mit entsprechenden Traglasten zu berücksichtigen.

Es ist zudem eine räumliche Zuordnung der Künstlergarderoben und Umkleiden für Gruppen, Damen und Herren zur Hauptbühne vorzusehen (siehe Punkt 4.4.4).

Bereich/Raum	Nutzfläche (ca. in m <sup>2</sup> )	Nutzung/Funktion	Anmerkung
Bühne/Szenefläche (Großer Saal)	100 – 150	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Hauptbühne/Podium für Vorträge, Präsentationen, Aufführungen, etc.</li> <li>▪ Saalbreite, mind. ca. 10 Meter,</li> <li>▪ Tiefe ca. 8-10 Meter</li> <li>▪ optionale Erweiterung (bei Bedarf) über mobile Podestelemente</li> <li>▪ Erhöhung min. 1 Meter ggü. Parkettebene, ggfs. Hubpodien auf mehreren Ebenen verstellbar evtl. Erschließung des Stuhllagers unter dem Saalboden/im Seitenbereich</li> <li>▪ Raumhöhe bis Unterkante Schnürboden ca. 10 Meter</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Barrierefreier Zugang vom Saal, Hinter-/Seitenbühnenbereich und Bereich Künstlergarderoben</li> <li>▪ Direkte, ebenerdige Anlieferungsmöglichkeit</li> <li>▪ Professionelle Ton-/Licht-/Projektionstechnik</li> <li>▪ Hauptvorhang, Seiten- und Rückvorhänge</li> <li>▪ Seilzüge/Obermaschinerie</li> <li>▪ Bühnenlicht</li> <li>▪ Regiebereich</li> <li>▪ Leitungs-/Funknetz</li> </ul>
Hinter-/Seitenbühne	Hinterbühne 70 – 100  Seitenbühne ca. 2 x 15 - 20	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Hinter-/Seitenbühne als Vorbereitungs-/Montagefläche</li> <li>▪ Hinterbühne Breite: Breite der Hauptbühne im hinteren Bereich, Tiefe: min. 5 Meter Höhe: 8-10 Meter (lichte Höhe)</li> <li>▪ Seitenbühne Tiefe: min. 5 Meter Höhe: 5 Meter (lichte Höhe)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Barrierefreier Zugang vom Bühnenbereich und Bereich Künstlergarderoben</li> <li>▪ Direkte, ebenerdige Anlieferungsmöglichkeit</li> <li>▪ Bühnenlicht</li> </ul>
Magazin/ Bühnengeräteraum/ Requisitenraum	50	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Lagerraum</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Barrierefreier Zugang vom Bühnenbereich</li> <li>▪ Bühnenlicht</li> </ul>

#### 4.4.3 Regiebereich

Der Bühnenbereich wird „ergänzt“ durch einen separaten Regiebereich, aus dem heraus die Steuerung der Bühnen- und Saalbeleuchtung sowie des Tons/Akustik und der Projektionsgeräte erfolgt. Die Lage ist an der Rückwand oder im Seitenbereich des Großen Saals mit direkter Sichtbeziehung zur Bühne vorzusehen. Um externes Equipment einbringen zu können, ist eine barrierefreie Erschließung erforderlich.

Da die Technik und deren Steuerung zunehmend mobil werden und moderne Anlagen und Systeme über mobile, dezentrale Controller gesteuert werden können, ist eine Fläche für den Regiebereich von rund 50 m<sup>2</sup> ausreichend. Unabhängig davon kann es gewünscht bzw. erforderlich sein, eigene, gesonderte Bereiche für „Verfolger“ (Schweinwerfer) im Saal vorzuhalten (temporär/fix). Die Steuerung der Technik von Tagungs- und Konferenzbereich erfolgt mittels raumindividueller Steuerungseinheiten.

Bereich/Raum	Nutzfläche (ca. in m <sup>2</sup> )	Nutzung/Funktion	Anmerkung
Regiebereich			
Regieraum	ca. 25	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Zentraler Steuerungsbereich für fest installierte Veranstaltungstechnik im Großen Saal, wie Bühnen-/Saalbeleuchtung, Tonzentrale, Projektionstechnik</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Professionelle Ton-/Licht-/Projektionstechnik</li> <li>▪ Hauseigenes Netzwerk /WLAN</li> <li>▪ Grundausstattung Scheinwerfertechnologie und Showlichtanlage</li> </ul>
Ton	ca. 8 - 10		
Beamer/Licht	ca. 10		
WC	ca. 5		

#### 4.4.4 Künstlergarderoben

Kleinere Einzelgarderoben (6 Stück) sowie drei Umkleiden für Gruppen mit den entsprechenden Sanitäreinrichtungen (Duschen und WC) und ein Crewcateringbereich sind in räumlicher Zuordnung zur Hinter- bzw. Seitenbühne der Stadthalle und idealerweise mit separatem Außenzugang vorzusehen.

Bereich/Raum	Nutzfläche (ca. in m <sup>2</sup> )	Nutzung/Funktion	Anmerkung
Künstlergarderoben			
Einzelgarderoben	6 x 15	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Umkleide und Aufenthaltsbereich Künstler</li> <li>▪ Kurze Wege zur Bühne</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Hauseigenes Netzwerk/WLAN</li> <li>▪ Separater Eingang/Zugang von außen empfehlenswert</li> </ul>
Gruppengarderoben	3 x 30		
Sanitäranlagen (Duschen/WC)	6 x 15		
Teeküche/Aufenthalt („Crewcatering“)	50		



Auch im Fall der Realisierung einer neuen Stadthalle am Standort „Pumpwerk“ sind trotz ggfs. ähnlichem Nutzungsprofil bei Live-Entertainment-Formaten in der Stadthalle eigene Künstlergarderoben vorzusehen. Dies, da zum einen eine räumliche Trennung und Distanz zwischen den beiden Gebäudekörpern liegen würde und zum anderen, da somit Belegungskonflikte bei parallelen und/oder zeitlich eng aufeinanderfolgenden Veranstaltungen vermieden werden.

#### 4.4.5 Seminarbereich

Zusätzlich zum Großen Saal ist ein weiterer „Seminarbereich“ für Veranstaltungen mit geringerem Flächenbedarf, wie z. B. Meetings, Seminare, Sitzungen sowie Kleingruppenarbeiten und Besprechungen oder kleinere Gesellschaftsformate z. B. im Unter- oder Obergeschoss der Stadthalle empfehlenswert. Dies umso mehr, falls die Stadt Wilhelmshaven sowohl das MICE-Segment weiter bedienen aber auch um lokalen Vereinen, Organisationen und Einrichtungen entsprechende Räume bei Bedarf zur Verfügung stellen zu können.

Für den Seminarbereich bieten sich 4 Seminarräume á 80 - 100 m<sup>2</sup>, 60 - 75 m<sup>2</sup> und 40 - 50 m<sup>2</sup>, zuzüglich eines ca. 100 m<sup>2</sup> großen Foyerbereichs („Seminarfoyer“) sowie eines ca. 60 - 70 m<sup>2</sup> großen Sanitärbereichs zzgl. Putzraum an. Dabei kann in Abhängigkeit des Architekturkonzeptes das Seminarfoyer sowie auch der eigene Sanitärbereich auch entfallen, sollte die Ausgestaltung des Hauptfoyers eine Abtrennung eines „Seminarfoyers“ sowie auch einen separaten Zugang zum Sanitärbereich ermöglichen (Stichwort: abtrennbare Bereiche → Betriebskosten, Versicherung, Aufsicht etc.).

Durch die Installation von beweglichen, schallisierenden Trennwänden sind gegebenenfalls sowohl Räume insgesamt/teilweise miteinander koppelbar (= „Kleiner Saal“), wie auch Teile des Bereichs als eine „übergangslose“ Veranstaltungsfläche ausgestaltbar. Die Seminarräume müssen über Tageslicht verfügen (abdunkelbar) und sollten mit der allgemein üblichen Medien- und Konferenztechnik ausgestattet sein.

Der Zugang zum Seminarbereich sollte einerseits barrierefrei vom Hauptfoyer der Stadthalle aus erfolgen. Darüber hinaus ist auch ein eigener, von außen erschließbarer Eingangs-/Zugangsbereich bestenfalls einzuplanen. Es müssen jeweils eigene Zugänge aus dem Foyerbereich zu dem Gesamtraum und auch zu den geteilten Einheiten möglich sein.

Bereich/Raum	Nutzfläche (ca. in m <sup>2</sup> )	Nutzung/Funktion	Anmerkung
Seminarraum 1 und 2 Seminarraum 3 Seminarraum 4	je 40 – 50 60-75 80 - 100 1 x teilbar	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Teilbarkeit Seminarraum 4 (50%) über Trennwandsysteme</li> <li>▪ Verbindung zum Foyer, auch in kleinteiliger Raumkonfiguration</li> <li>▪ Ausreichender Luftraum (min.3,5 Meter)</li> <li>▪ Optional: Koppelbarkeit aller Räume zu einem Gesamtraum (= „Kleiner Saal“)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Barrierefreier, bestenfalls sogar gesonderter Zugang</li> <li>▪ Mobile Bestuhlung</li> <li>▪ Bewegliche, schallisolierende Trennwände</li> <li>▪ Klimatisierung/Belüftung</li> <li>▪ Verdunkelungsmöglichkeit</li> <li>▪ Konferenz- und Projektionstechnik, Audio-Equipment</li> </ul>
Seminarfoyer (OPTIONAL)	ca. 100	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Erschließung der Seminarräume</li> <li>▪ Pausenbereich</li> <li>▪ Zugang zu Sanitäreinrichtungen und Funktionsbereiche</li> <li>▪ freie Möblierung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Barrierefreier Zugang</li> <li>▪ Klimatisierung/Belüftung</li> <li>▪ Hauseigenes Netzwerk/WLAN</li> <li>▪ Beschilderungssystem</li> <li>▪ Beleuchtungskonzept</li> <li>▪ Flächen für Servicepunkte</li> </ul>
Sanitärbereich Seminar (OPTIONAL)	ca. 60 – 70	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Damen: 7 WC, WBs, Vorraum Fläche: ca. 25-30 m<sup>2</sup></li> <li>▪ Herren: 4 WC, 4 Urinal, WBs, Vorraum, Fläche: ca. 25-30 m<sup>2</sup></li> <li>▪ Behinderten WC: 1 Stück Fläche: ca. 15-20 m<sup>2</sup></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Barrierefreier Zugang</li> <li>▪ Sanitäreinrichtungen (Toilettenbecken/Urinale und Waschtische (WB) sowie Spiegelbereiche) für Damen und Herren</li> </ul>
Putzraum	ca. 5 – 10	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Lagerfläche für Putzwerkzeuge, WC-Verbrauchsmaterial, etc.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Wasseranschluss</li> <li>▪ Schließenanlage</li> </ul>



Der Saal des Pumpwerks (ca. 400 m<sup>2</sup>) könnte als „kleiner Saal“ das Raumangebot der Stadthalle insgesamt ergänzen und auch bei Bedarf für kleinere Formate genutzt werden. Dabei gilt jedoch, dass der Saal im Pumpwerk ein fixes Set-Up, durch die vorhandenen Einbauten und baukonstruktiven Elemente einen sehr eigenen Charakter sowie durch Kultur- und sozio-kulturelle Nutzungen bereits heute häufig belegt ist. Somit ergeben sich bestenfalls lösbare, aber dennoch zu berücksichtigende, mögliche Nutzungs-, Vermarktungs- und Belegungskonflikte bei diesem Saal im Hinblick auf nicht-kulturelle Nutzungen, die ggfs. nur durch zusätzliche Seminarräume zu lösen wären.

Auch die beiden im bestehenden Neben-/Seminargebäude (ehemaliges Maschinenwärterwohnhaus) vorhandenen Seminarräume ergänzen das veranstaltungsrelevante Raumangebot am Standort Pumpwerk. Hier sind derzeit Formate mit bis zu jeweils 16 Personen möglich, die KUBIK-Planungen von 2019 sahen hier sogar in einer weiter zu konkretisierenden Idee 6-8 Seminarräume auf mehreren Ebenen vor. Die Abbildung von Seminarräumen in diesem Gebäude ist grundsätzlich denkbar und würde möglicherweise das in der Stadthalle zu realisierende Bauvolumen entsprechend reduzieren. Gleiches gilt für den im KUBIK-Konzept angeordneten, neuen Saal mit einer Kapazität für rund 99 Personen (Reihen).

Kritisch wäre, dass diese Räume baulich nicht mit der Stadthalle und damit einem Hauptveranstaltungsbereich „Saal“ verbunden wären, es hier zu einem „Bruch“ und „Trennung“ von Veranstaltungen und Veranstaltungsteilnehmern bei entsprechenden Großveranstaltungen käme. Auch müssten Teilnehmer entweder über einen entsprechenden Zwischenbau witterungsgeschützt zwischen den Gebäudeteilen wechseln können, was wiederum „unproduktive“ da nicht vermarktbar aber gleichzeitig zu betreibende Flure und Raumbereiche bedeutet (Reinigung, Beleuchtung, Sicherheit, etc. = Kosten), oder aber Teilnehmer müssten ohne Witterungsschutz über die Außenbereiche zwischen den Gebäuden wechseln, was unkomfortabel und damit für Veranstalter weniger attraktiv ist. Veranstaltungen mit bis zu rund 99 Personen und weniger sowie Formate in diesen Größenordnungen mit Break-Out-Bedarf (= Bedarf nach zusätzlichen Seminarräumen) könnten gem. der KUBIK-Idee in einem Anbau und dem Neben-/Seminargebäude abgebildet werden.

Im Hinblick auf die Funktionalität und Nutzbarkeit sind demzufolge noch Überarbeitungen des KUBIK-Konzeptes für das Neben-/Seminargebäude und auch den Anbau ratsam/erforderlich.

Alles im Kontext mit Seminarräumen hängt im Wesentlichen von den Vorgaben zur inhaltlichen Ausrichtung des Hauses ab. Die Notwendigkeit von Seminarräumen ist grundsätzlich vorhanden. Ob diese z. B. im o. g. Neben-/Seminargebäude oder einem Anbau an das Pumpwerk/einem Zwischenbau zwischen Pumpwerk und einer neuen Stadthalle oder in der Stadthalle selbst abgebildet werden, ist durch die Politik mit Blick auf die Ausrichtung und Bereitstellungsstrategie vorzugeben und durch die Architekten dann ggfs. zu lösen.

Eine Abbildung solcher Räume in einem ergänzenden Zwischenbau/im Nebengebäude würde das Bauvolumen ( $m^2/m^3$ ) der Stadthalle selbst reduzieren, der Investitions- und Betriebsaufwand bliebe aber, da es eine Verlagerung nicht aber ein kompletter Ersatz wäre. Möglicherweise wären aber für die Umnutzung und bauliche Ausgestaltung im Nebengebäude oder einen Anbau an das Pumpwerk Fördermittel denkbar – dies hängt u. a. auch von der Nutzungsdefinition ab.

#### Anmerkung:

Im Zusammenhang mit den Ausführungen des Raumkonzeptes in dieser Studie für eine neue Stadthalle wurde angenommen, dass in der Stadthalle keine, sonst stadthallen-/bürgerhaustypischen Nutzungen und Kleinstveranstaltungen, wie z. B. Schulungen der VHS, Orchesterproben, Seniorennachmittage, o. ä. stattfinden. Für derartige Veranstaltungen werden bis dato Räume in unterschiedlichsten Einrichtungen in der Stadt genutzt, die sich als Austragungsort hierfür bewährt haben.

Sollten derartige Veranstaltungen zukünftig in einer neuen Stadthalle stattfinden, so ist das Raumprogramm insbesondere im Hinblick auf das kleinerflächige Raumangebot des Seminarbereichs nochmals zu überdenken und ggfs. anzupassen. Hinzu kommen dann auch noch betriebliche und operative Aspekte, wie beispielsweise Belegungsvorrechte/-management, Pricing/Gebührenerhebung, Personalgestellung/Aufwandsentschädigung, Verantwortlichkeiten etc.

Auch wurde bei der Entwicklung des Raumkonzeptes bewusst auf einen größeren Seminarbereich zur Abwicklung von mehrzügigen und parallelen Meeting-, Tagungs- und Kongressveranstaltungen im Sinne eines „Kongresszentrums“ verzichtet. Dies, da entsprechende Bedarfe am Standort Wilhelmshaven stark begrenzt bzw. nicht gesehen werden und beihilferechtliche Bedenken insbesondere im Hinblick auf das vergleichbare, relevante Angebot der lokalen Hoteliers bestehen.

Sollte es im weiteren Vorfeld und Verlauf der möglichen Entwicklung der neuen Stadthalle noch zu anderweitigen Einschätzungen kommen, ist das hier aufgeführte Raumkonzept bei Bedarf nach zusätzlichen Räumen in der neuen Stadthalle um weitere Meeting- und Seminarräume zzgl. entsprechender Eingangs-,



Foyer-, Garderoben- und Sanitärflächen sowie Cateringbereiche, Stellplätze etc. in Abhängigkeit der beihilferechtlichen Unbedenklichkeit einer solchen Entwicklung und der grundsätzlichen Abbildbarkeit von weiteren Flächen an dem vorgesehenen Projektstandort (Stichwort: Verdichtung, Flächenfraß/Entfall Grünflächen, Bebauungsplan) zu erweitern.

#### 4.4.6 Eingangsbereich

Der Eingangsbereich ist nach dem äußeren Erscheinungsbild wesentlich für den ersten Eindruck des Besuchers der Stadthalle. Die optimale funktionale Ausgestaltung und attraktive Gestaltung beeinflussen daher im hohen Maße die Akzeptanz und Zufriedenheit der Besucher und Kunden des Hauses bei Veranstaltungen, sie prägt aber auch die Außenwahrnehmung und damit das Stadtbild (vgl. Punkt 4.2).

In diesem Sinne sind für die Vorzone sowie die Eingangsbereiche der Stadthalle grundsätzlich folgende Kriterien zu beachten:

- klare Erkennbarkeit und Orientierung/Erreichbarkeit von den umliegenden öffentlichen Räumen,
- günstige Anordnung der Vorfahrt sowie der Zufahrt zur Parkierungsflächen und Zuordnung zu den Haltestellen des ÖPNV,
- räumliche Trennung des Eingangsbereichs/der Eingangsbereiche von den betriebstechnisch geprägten Bereichen (wie Lager, Ladehof, etc.),
- bestenfalls zwei getrennt und unabhängig voneinander nutzbare Eingangsbereiche - einen Haupteingang zum Saalbereich sowie ggfs. einen separaten Eingang zum Seminarbereich,
- optional vorzusehender Kassenraum, ggf. mit Öffnung nach draußen (Tages-/Abendkasse),
- direkte Zugänge zu den Foyers und Garderoben.

Bereich/Raum	Nutzfläche (ca. in m <sup>2</sup> )	Nutzung/Funktion	Anmerkung
Eingangsbereich	entwurfsabhängig	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Windfang als Temperaturschleuse</li> <li>▪ Kassenraum (Tages- und Abendkasse), Programme, etc.</li> <li>▪ Informationspunkt</li> <li>▪ Direkter Zugang zum Foyer und ggfs. dem Seminarbereich und den Räumen/Büros der Verwaltung (insofern kein separater Eingang/ Zugang über Anlieferungsbereich)</li> <li>▪ Direkter Zugang zu den Besuchergarderoben und Sanitäranlagen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Türanlage mit min. 4 Doppeltüren, bestenfalls aber mehr zur mehrfachen Öffnung zum Vorplatz</li> <li>▪ Vorkehrungen für barrierefreien Zugang</li> <li>▪ Klimatisierung/Belüftung</li> <li>▪ Beleuchtungskonzept</li> <li>▪ Beschilderungssystem</li> <li>▪ Sichtbeziehung zum Außenraum</li> </ul>

#### 4.4.7 Hauptfoyer

Dreh- und Angelpunkt des Veranstaltungsgeschehens ist eine multifunktionale Foyer- und Ausstellungsfläche. Für die Planung einer neuen Stadthalle sollte von zwei Foyerbereichen ausgegangen werden:

- Das Hauptfoyer zur Erschließung des Großen Saals und
- das Foyer des Kleinen Saales/Seminarbereichs.

Die Foyers sollten so konzipiert werden, dass sie vielfältige Aufgaben erfüllen können:

- Verteilerfunktion zur Lenkung der Besucherströme,
- Erschließung des Saalbereichs und Seminarbereich und des gastronomischen Bereiches/Caterings
- Pausen- und Wandelhalle für Veranstaltungsteilnehmer
- Fläche für kleinere bzw. temporäre Ausstellungen und Erweiterungsflächen bei Veranstaltungen.

Um u. a. eine Pausenbewirtung schnell abwickeln zu können und eine für den Besucher angenehme Aufenthaltsqualität zu erreichen, sind die dafür nutzbaren Flächen in der Nähe der Veranstaltungsräume anzuordnen und in einem adäquaten Umfang von ca. 50 - 60 % der Fläche des Großen Saals vorzuhalten. Ausgehend von rund 1.500 m<sup>2</sup> Saalfläche im Großen Saal in einer neuen Stadthalle ergibt sich somit eine Fläche für das Hauptfoyer von 750 m<sup>2</sup>- 900 m<sup>2</sup>.

Der Hauptfoyerbereich ist so anzuordnen, dass auch bei separater Nutzung des jeweiligen Saals (Großer Saal/geteilte Saaleinheiten) jeweils ein separat vorgelagerter Foyerbereich nutzbar ist, d. h. das Foyer sollte idealerweise einen Parallelbetrieb in den verschiedenen Veranstaltungsbereichen ermöglichen. Darüber hinaus ist das Hauptfoyer auch als Veranstaltungsraum zu planen, auszustatten und entsprechend neutral auszugestalten (Design), so dass hier Kunden Veranstaltungen individuell „inszenieren“ können. Ausgestattet mit mobilen Servicepunkten für Gastronomie kann das Hauptfoyer (ebenso andere Foyerflächen im Gebäude) bei entsprechender Ausstattung sowohl für Kaffeepausen/Caterings als auch für Veranstaltungsregistrierungen und gesellschaftliche Veranstaltungen (ideal mit Außennutzung auf einer möglichen Terrasse/Vorplatz) genutzt werden.

Die Übergänge Foyers – Saalbereich/Seminarbereich sind barrierefrei auszugestalten und idealerweise jeweils (sofern baulich darstellbar) durch eine bewegliche Trennwand getrennt sein. Auf diese Weise kann das Foyer durch Öffnen der Trennwand mit dem Saal gekoppelt und frei bespielt werden. Die Foyers müssen nicht zwingend als jeweils ein großer „Vorraum“ gestaltet werden. Im Sinne der Aufenthaltsqualität ist eine räumliche Staffelung der Foyers in miteinander verbundene kleinere Einheiten denkbar.

Beide Foyerbereiche (Hauptfoyer und Seminarfoyer) sollten über Tageslicht verfügen, die erforderliche Höhe im Hauptfoyer beträgt min. ca. 6 m - 7,0 m. Ein direkter Zugang zu den Be- und Entladestationen oder eine direkte, barrierefreie Belieferbarkeit sollte eingeplant werden. Die Foyerbereiche sollten hausintern über Treppenhäuser, Fahrstühle erschließbar/„verbunden“ sein.

In Abhängigkeit des gewählten Gastronomiekonzeptes ist es darüber hinaus auch denkbar, dass Teilbereiche des Foyers als öffentliche Bistrotfläche ausgestaltet und betrieben werden. Dies böte die Möglichkeit, die Stadthalle auch in veranstaltungsfreien Zeiten „mit Leben zu füllen“. Entsprechend sind dann aber auch Aspekte, wie Küchen- und Sanitäreinrichtungen, Zugangsberechtigungen/Abtrennungen, Betriebskostenabrechnungen, Versicherungen etc. zu regeln. Beispiel für eine derartige „Bistro-Option“ ist das Café & Restaurant Ofelia im königlichen „The Playhouse“-Theater in Kopenhagen.

Bereich/Raum	Nutzfläche (ca. in m <sup>2</sup> )	Nutzung/Funktion	Anmerkung
Hauptfoyer	ca. 750 – 900	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bindeglied zw. Eingangsbereich, Saalbereich</li> <li>▪ Erschließung des Großen Saals, des Seminarbereichs sowie des gastronomischen Bereichs (Thekenanlage)</li> <li>▪ Pausen- und Wandelhalle</li> <li>▪ Fläche für Ausstellungen und Erweiterungsfläche bei Veranstaltungen</li> <li>▪ Zugang zu Garderoben, Sanitäranlagen, Funktionsbereiche (Verwaltung, Putzmittelraum (PuMi), Veranstaltungslager)</li> <li>▪ freie Möblierung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Barrierefreier Zugang</li> <li>▪ Direkte Anlieferungsmöglichkeit</li> <li>▪ Hängepunkte in adäquaten Rastern</li> <li>▪ Klimatisierung/Belüftung</li> <li>▪ Hauseigenes Netzwerk/WLAN</li> <li>▪ Projektionstechnik</li> <li>▪ Beschilderungssystem</li> <li>▪ Beleuchtungskonzept</li> <li>▪ Elektroanschlüsse für Stände/ Ausstellungsflächen</li> <li>▪ Mobile Bühnen- und Szenenfläche</li> <li>▪ Flächen für Servicepunkte</li> </ul>

Wie unter beschrieben, ist es denkbar, dass bei einer entsprechenden Abtrennbarkeit/separaten Nutzbarkeit von Teilflächen des Hauptfoyers die Flächen des „Seminarfoyers“ entfallen. Ob dies möglich und darstellbar ist, ist durch ein entsprechendes Architekturkonzept zu prüfen. Nebenflächen Foyers

#### 4.4.7.1 Besuchergarderoben

Bestandteil der Flächen des Haupt- und Seminarfoyers sind ausreichend große Garderobenflächen zur temporären Aufbewahrung von Mänteln, Jacken und Gepäck der Veranstaltungsbesucher. Die barrierefrei erreichenden Garderobenanlagen können als feste und (teil-)mobile Anlagen ausgestaltet sein – bestenfalls letzteres. Neben einer ausreichend dimensionierten Theke ist ein abschließbarer Bereich für das Gepäck zu berücksichtigen. Der Bewegungsbereich vor der Theke soll eine Tiefe von etwa 4 m aufweisen.

Im Seminarbereich ist ein weiterer Garderobenbereich mit mobilen und flexibel zu handhabenden Garderobensystemen vorzusehen.

Bereich/Raum	Nutzfläche (ca. in m <sup>2</sup> )	Nutzung/Funktion	Anmerkung
Besuchergarderobe (Hauptfoyer)	120 – 150	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Garderobe zur Lagerung von ca. 3.000 Mänteln, Jacken etc.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Barrierefreier Zugang</li> <li>▪ Anlage mit flexiblen Erweiterungsmöglichkeiten</li> <li>▪ Haken oder Bügel bzw. klappbare Systeme</li> <li>▪ Thekenanlage</li> <li>▪ Spiegelflächen</li> </ul>
Kofferraum	10 – 15		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Schließsystem</li> </ul>
Besuchergarderobe (Seminarfoyer)	Bestandteil Foyer	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ mobile Garderobe zur Lagerung von Mänteln, Jacken etc.</li> <li>▪ Anlage mit flexiblen Erweiterungsmöglichkeiten</li> </ul>	

#### 4.4.7.2 Sanitäranlagen Besucher

Für die Besucher von Veranstaltungen sind ausreichend Sanitärbereiche erforderlich. Die Vorgaben hierzu regelt die NVStättVO, sie sind hierbei als Mindestanzahlen zu verstehen. Geht man von einer Kapazität des Großen Saal für bis zu 3.000 Personen gem. maximal zulässiger Personenanzahl gem. NVStättVO aus, so ergeben sich folgende Größenanforderungen:

Bereich/Raum	Nutzfläche (ca. in m²)	Nutzung/Funktion	Anmerkung
Besuchertoiletten (Hauptfoyer)	ca. 240  4 x 9,5	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Damen: 45 WC, 8-10 WB, Vorraum Fläche (gesamt): ca. 120 m²</li> <li>▪ Herren: 15 WC, 36 Urinal, 6-8 WB, Vorraum Fläche: ca. 80 m²</li> <li>▪ Separate Behinderten-WCs (4 x)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sanitäranlagen (Toilettenbecken/Urinale und Waschtische sowie Spiegelbereiche) für Damen und Herren</li> <li>▪ Barrierefreier Zugang</li> <li>▪ Bestenfalls dezentrale Anordnung/ mehrere Anlagen um Besucher „zu verteilen“ und Stauzonen zu vermeiden</li> </ul>
Putzraum	ca. 5 – 10	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Lagerfläche für Putzutensilien, WC-Verbrauchsmaterial, etc.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Wasseranschluss</li> <li>▪ Schließanlage</li> </ul>

Idealerweise aber ist eine über die aus der NVStättVO hinausgehende Anzahl anzusetzen, um extreme Wartezeiten zu Stoßzeiten (wie z. B. in Veranstaltungspausen) zu vermeiden.



Sanitäranlagen für die Veranstaltungsbesucher in der Stadthalle sind zusätzlich zu den bereits vorhandenen und/oder ggfs. geplanten Sanitäranlagen am Pumpwerk zu planen. Dies nicht zuletzt auch aus operativen, betrieblichen Gründen, um nicht genutzte Anlagen in unterschiedlichen Gebäudeteilen schließen und somit nicht reinigen zu müssen.

#### 4.4.7.3 Sanitätsraum

Für Großveranstaltungen ist ein Sanitätsraum einzuplanen. Hierbei ist auf eine günstige Anordnung in der Nähe des Haupteingangs zwecks Vorfahrt für Sanitätsfahrzeuge zu achten.

Bereich/Raum	Nutzfläche (ca. in m²)	Nutzung/Funktion	Anmerkung
Sanitätsraum (Hauptfoyer)	10 - 15		Barrierefreier Zugang

#### 4.4.7.4 Organisationsbüro

Für die Veranstaltungsorganisation der Kunden/Veranstalter ist im unmittelbaren Anschluss an das Hauptfoyer ein/zwei Organisationsbüro(s) vorzusehen.

Bereich/Raum	Nutzfläche (ca. in m²)	Nutzung/Funktion	Anmerkung
Organisationsbüro (Hauptfoyer)	2 x 5-10	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Organisationsbüro</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Barrierefreier Zugang</li> <li>▪ Tageslicht</li> <li>▪ Klimatisierung/Belüftung</li> <li>▪ Hauseigenes Netzwerk/WLAN</li> <li>▪ Schließanlage</li> </ul>

#### 4.4.7.5 Veranstaltungslager

Ebenfalls im Anschluss an das Hauptfoyer sollte ein kleineres Veranstaltungslager eingeplant werden, das aus dem Foyerbereich zugänglich ist. Es dient der temporären Lagerung von veranstaltungsrelevanten Unterlagen und Materialien, Leitern, Dekorationen, Kleininventar etc.

Bereich/Raum	Nutzfläche (ca. in m <sup>2</sup> )	Nutzung/Funktion	Anmerkung
Veranstaltungslager (Hauptfoyer)	15	▪ Veranstaltungslager	▪ Schließanlage

#### 4.4.7.6 Kassenraum

Aus dem Hauptfoyer sowie auch aus dem Eingangs-/Windfangbereich und ggfs. sogar dem Außenbereich zugänglich sollte für Veranstaltungshäuser mit ticketbezogenem Veranstaltungsprogramm ein Kassenraum mit Verkaufsfenstern, Thekenbereich sowie dahinterliegendem Tresorraum sein.

Bereich/Raum	Nutzfläche (ca. in m <sup>2</sup> )	Nutzung/Funktion	Anmerkung
Kassenraum	10		▪ Schließanlage
Kassenbüro (Hauptfoyer)	15 – 20		▪ ggfs. mit Außenzugang/Fenster

Perspektivisch wird dieser Raum/diese Funktion nicht mehr erforderlich sein, da Tickets zukünftig absehbar ausschließlich über Handys und andere Mobilgeräte online zu erwerben und vorzuzeigen sind. In größeren Städten und bei großen Multifunktionshallen ist dies bereits der Fall. Die Frage für Wilhelmshaven ist, ob sie diesen Weg bereits heute einschlagen will oder noch die klassische Form ermöglichen/beibehalten möchte.

#### 4.4.7.7 Putzmittelraum

Zur Lagerung von Putzmitteln und Utensilien für Reinigungsarbeiten ist ebenso wie im Seminarfoyer ein Putzmittelraum im direkten Anschluss an das Hauptfoyer vorzusehen. Neben den Putzmitteln können in diesem abschließbaren Raum auch Reinigungsmaschinen für großflächige Oberflächenreinigungen und mobile Reinigungsgeräte verschlossen werden.

Bereich/Raum	Nutzfläche (ca. in m <sup>2</sup> )	Nutzung/Funktion	Anmerkung
Putzmittelraum	20 - 30	▪ Lagerfläche für Putzutensilien, Reinigungsmaschinen, WC-Verbrauchsmaterial	▪ Wasseranschluss ▪ Schließanlage

#### 4.4.7.8 Personalraum

Im Rahmen des Veranstaltungsbetriebs wird Fremdpersonal (Servicekräfte, Hostessen, Ordner, Auf-/Abbaupersonal, Techniker etc.) durch den Veranstalter eingesetzt werden. Für dieses Personal sind Aufenthalts-, Umkleide- und Sanitäreinrichtungen vorzusehen. Da diese Räume nur vorübergehend genutzt werden, können sie an weniger prominenten Bereichen im Gebäude platziert werden.



Bereich/Raum	Nutzfläche (ca. in m <sup>2</sup> )	Nutzung/Funktion	Anmerkung
Personalraum	40 Umkleiden 20 Sanitär D/H 25 Aufenthalt	<ul style="list-style-type: none"> <li>teilbar in zwei Gruppenumkleiden D/H</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tageslicht</li> <li>Klimatisierung/Belüftung</li> <li>Hauseigenes Netzwerk/WLAN</li> <li>Schließanlage</li> </ul>

#### 4.4.8 Küchen-/Cateringbereich

Entsprechend der Ausführungen in Punkt 3.6 wird zunächst davon ausgegangen, dass die Bewirtung von Veranstaltungen in der neuen Stadthalle zukünftig in Form eines Catering-Modells erfolgt, d. h. keine eigenständige Vollgastronomie/Restaurantbetrieb. Hierfür sollten nach einer Grobabschätzung, die es durch einen entsprechenden Fachplaner nochmals zu präzisieren gilt, in der neuen Stadthalle zur gastronomischen Versorgung von bis zu 1.500 Personen bei Bankettveranstaltungen Küchen-/Cateringflächen in einem Umfang von rund 400 – 600 m<sup>2</sup> eingeplant werden.

Während die Küche sowie der Thekenbereich bestenfalls auf Erdgeschossesebene anzuordnen sind und über direkte Verbindungen zum Großen Saal und zum Foyer der Stadthalle verfügen sollte (Küche ggfs. über Thekenbereich; Thekenbereich mit entsprechend ausreichender Thekenlänge zur Pausenbewirtschaftung in Stoßzeiten), können die sonstigen Nebenräume (Lager, Personal) auch auf anderer Ebene angeordnet werden – hier sind Wegebeziehungen sowie weitere rechtliche Vorgaben zu beachten (ArbStättV, HACCP, etc.).

Die Notwendigkeit eines Gastronomie-/Küchenbereichs ist auch für den Fall gegeben, dass ein möglicherweise vor Ort ansässiger Gastronom/Caterer das Catering der Veranstaltungen übernimmt. Dies, da eine vom Hauptcaterer unabhängige Bewirtung von Veranstaltungen grundsätzlich möglich sein sollte (Stichwort: Caterer-Bindung, Eigenversorgung o.ä.).

Bereich/Raum	Nutzfläche (ca. in m <sup>2</sup> )	Nutzung/Funktion	Anmerkung
Aufbereitungsküche	ca. 150 - 200	<ul style="list-style-type: none"> <li>Übernahme und endgültige Aufbereitung gelieferter, vorgefertigter Speisen</li> <li>Kurze Wege/Verbindung zum Großen Saal, zum Theken-/Foyerbereich</li> <li>Idealerweise mit direkter Anlieferbarkeit/Ladezone</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ausbau/Nutzung als Cateringküche mit entsprechenden Anschlüssen, (Elektro, Wasser), Anrichten etc. (Gegenstand eines separaten Gastronomie-/Küchenkonzeptes bzw. -planung) – keine Vollküche</li> <li>Tageslicht</li> <li>Klimatisierung/Belüftung</li> <li>Elektro-/Wasseranschlüsse in relevanten Rastern und Leistungsfähigkeiten</li> <li>Schließanlage</li> </ul>
Kühl-/Trockenlager	ca. 50 - 100	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kühllager (Speisen/Getränke) und Trockenlager zum Lagern von vorbereiteten Speisen</li> <li>Idealerweise mit direkter Anlieferbarkeit/Ladezone</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kühlaggregate/Kühlkammern und Regalfächen</li> <li>Belüftung</li> <li>Schließanlage</li> </ul>

Bereich/Raum	Nutzfläche (ca. in m <sup>2</sup> )	Nutzung/Funktion	Anmerkung
Personalbereich	ca. 50 – 60	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Personal-Umkleide und Personal-WC für Servicemitarbeiter des Caterings</li> <li>▪ Aufenthaltsbereich</li> <li>▪ separater Außenzugang</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Abschließbare Spinde/Schränke</li> <li>▪ Sanitärflächen</li> <li>▪ Tageslicht</li> <li>▪ Klimatisierung/Belüftung</li> <li>▪ Schließanlage</li> </ul>
Büro Catering	ca. 10	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Organisationsbüro</li> </ul>	
Warenannahme	ca. 50 – 75	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Logistikfläche zur Warenannahme</li> <li>▪ Anfahrbarkeit für Lieferfahrzeuge</li> <li>▪ Räumliche Anordnung zu den Lagern, Leergut- und Müllräumen sowie zur Küche</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sicht- und Witterungsschutz</li> </ul>
Thekenbereich	ca. 40	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bedienung/Ausschank von Getränken im Rahmen der Pausenbewirtschaftung bei Veranstaltungen in Großen Saal oder im Rahmen von veranstaltungsbegleitendem Catering (Meetings, Bankette, u. Ä.).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Getränketheken/-tresen, übliche Anschlüsse und Ein-/Unterbauten</li> <li>▪ Zugänglichkeit sowohl vom Küchen-/Cateringbereich, wie auch vom Foyer</li> <li>▪ Öffnung zum Foyer über große, ggfs. abteilbare Theken-/Tresenanlagen (min. 5 Meter Front) und Transferfläche zur Küche</li> </ul>
Lagerraum Müll, Leergut, Altpapier	ca. 50 - 80	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Entsorgungsbereich</li> <li>▪ Idealerweise mit direkter Anlieferbarkeit/Ladezone</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Belüftung</li> <li>▪ Schließanlage</li> </ul>



Wie eingangs beschrieben, beziehen sich o. g. Flächenangaben auf eine Stand-Alone-Stadthalle, in der neben Kultur- und Live-Entertainment-Formaten, bei denen in der Regel nur eine beschränkte, gastronomische Versorgung erfolgt/notwendig ist, auch Gesellschafts- und MICE-Veranstaltungen stattfinden werden. Gerade letzte Veranstaltungsarten haben dabei höhere und umfangreichere Anforderungen an die Küchen-/Gastronomiebereiche als die übrigen Formate – weniger „Bier & Bockwurst-To Go“, sondern eher „gesetztes 3-Gang-Menü.“ Demzufolge muss, sollte dies die Ausrichtung der neuen Stadthalle sein, unabhängig vom Standort ein entsprechend großer Gastronomiebereich vorgesehen werden. Die Anforderungen vergrößern und verändern sich, werden komplexer, wenn eine Dauergastronomie (= Restaurantbetrieb) parallel zum Veranstaltungsgeschäft am Standort betrieben werden soll.

Es nicht davon auszugehen, dass der Gastronom und Betreiber einer Dauergastronomie auch der für die gastronomische Veranstaltungsverpflegung zuständige Gastronom sein wird, will und dies auch kann (Stichwort: Qualifikation, Personalmangel, Risikogeschäft). Tages-/Dauergastronomie ist ein anderes Geschäft als Veranstaltungsgastronomie! Gastronomen, die in guter Qualität beides können, gibt es selten. Es ist ein deutlicher Unterschied, ob z. B. für 240 Gäste (Annahme Beispiel: 120 Sitzplätze) in zwei Schichten (mittags/abends á 120 Speisen = 100% Auslastung) Speisen zubereitet werden müssen oder zusätzlich und gleichzeitig dann für weitere 1.000 Gäste ein gesetztes 3-Gang-Essen oder ein Buffet (Annahme Beispiel: MICE-Veranstaltung (parlamentarisch)). Für diese Konstellation sind neben den Bereichen der Vor-

bereitungs- und Produktionsküche auch die Lager-, Personal- und Kühlräume vorzusehen – auch, wenn diese als redundant z. B. zu den Gastronomiebereichen des Pumpwerks erscheinen.

Auch, wenn der Gastronom des Pumpwerks gleichzeitig Gastronom der Stadthalle wäre, sollten mindestens ein Aufbereitungraum für einen möglichen Drittcaterer sowie entsprechende Kühl- und Lagermöglichkeiten sowie Personalräume vorgehalten werden. Somit kann auch eine zu starke Abhängigkeit des Stadthallen-/Pumpwerk-Betriebs von einem Caterer z. B. bei Vertragsende vermieden werden.

Sollte der Seminarbereich nicht unmittelbar über das Foyer von der Küche aus erreichbar sein, ist auch im Seminarfoyer eine kleinere Aufwärm-/Teeküche mit Kühl-/Lagerbereichen einzuplanen.

Bei allen Überlegungen gilt, wie auch schon in Punkt 3.6 ausgeführt, dringend ergänzend und parallel zu den baulichen Ausarbeitungen und Überlegungen auch die haushalts- und beihilfe-rechtliche Situation zu beachten.

#### 4.4.9 Verwaltung

In Abhängigkeit der Organisation des Betriebs der neuen Stadthalle sind Büroflächen für das Personal (Betriebsleitung/Geschäftsführung, Veranstaltungsmanagement und Technik) vorzusehen (Ansatz 4 Büros zzgl. Teeküche, Archiv, Lager, Server-/Kopierraum, WC-Anlage).

Weitere Büroflächen könnten zudem notwendig sein, wenn Vertriebs- und Marketingaufgaben zukünftig in der Stadthalle angesiedelt und nicht mehr wie bisher über die Wilhelmshaven Touristik. Gleiches gilt für die mögliche Ansiedlung/Unterbringung von Personal/Funktionen für das Pumpwerk und/oder sonstigen, städtischen Veranstaltungseinrichtungen.

Die Erschließung dieser Räume kann entweder über den Eingangsbereich der Halle oder aber auch über einen separaten Eingang von außen erfolgen.

Bereich/Raum	Nutzfläche (ca. in m <sup>2</sup> )	Nutzung/Funktion	Anmerkung
Verwaltung	ca. 100 – 150	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Verwaltungsräume der Betriebsorganisation</li> <li>▪ 1 Empfang</li> <li>▪ 1 Teeküche</li> <li>▪ 1 Lager/Archiv + Server-/Kopierraum</li> <li>▪ 1 WC-Anlage (m/w)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tageslicht</li> <li>▪ Klimatisierung/Belüftung</li> <li>▪ Hauseigenes Netzwerk/WLAN</li> <li>▪ Schließanlage</li> <li>▪ separater Außenzugang</li> </ul>



Sollte der Standort Pumpwerk für eine neue Stadthalle ausgewählt werden, so sind hinsichtlich der Büroräume für das Betreiberteam absehbar Flächensynergien realisierbar, d. h. hier könnten Räume gemeinsam veranlagt und dementsprechend Flächeneinsparungen erzielt werden. Diese Einsparungen fallen allerdings nur in einem geringen Umfang aus.

#### 4.4.10 Lager

Zur Lagerung von Mobiliar (Stühle, Tische, Bühnenpodeste etc.) und veranstaltungs- sowie betriebsrelevanten Materialien (Leitern, Hubsteiger/Arbeitsbühnen, Geländer, Vorhänge, etc.) der Stadthalle sind größere Lagerbereiche vorzusehen.

Dabei sollte das zentrale Veranstaltungs- und Bühnenlager in unmittelbarer Nähe zum Großen Saal und der Bühne/Szenenfläche liegen und bestenfalls von diesen Bereichen auch direkt zugänglich, mindestens aber über entsprechend große Lastenaufzüge erreichbar sein. Der Lagerbereich sollte über einen Außenzugang mit direkter Anfahrtsmöglichkeit für Lkws verfügen.

Zusätzlich zu dem großen Zentrallager (oder als Bestandteil dessen) sollte ein kleineres, separates Techniklager vorgesehen werden, in dem Geräte der Medien-/Veranstaltungstechnik (eigene/Dritter) wie z. B. Beamer, Tonanlage, Mikrophone etc. einbruchssicher gelagert werden können. Sollte ggfs. ein externer Technikpartner die Medien-/Veranstaltungstechnik im Haus stellen und bedienen, so könnte die Fläche des Techniklagers entweder kleiner gefasst werden oder ganz entfallen. Auch dieser Aspekt ist abhängig vom Nutzungsspektrum, strategischen Überlegungen und Budgets (Investitionskosten vs. Betriebskosten).

Auch im Seminarbereich ist ein Neben-/Veranstaltungslager für temporär einzulagerndes Kundenmaterial vorzusehen.

Bereich/Raum	Nutzfläche (ca. in m <sup>2</sup> )	Nutzung/Funktion	Anmerkung
Hauptlager	ca. 400 - 450	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Lagerung von Mobiliar, Unterlagen und Materialien</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ mind. Belüftung</li> <li>▪ Außenzugang mit direkter Anfahrtsmöglichkeit für Lkws</li> </ul>
Techniklager	ca. 100	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Lagerung von mobiler Veranstaltungs- und Medientechnik</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ggfs. Aufzugsanlagen bei Anordnung im Untergeschoss</li> <li>▪ Verbindung/Erreichbarkeit durch nicht-öffentliche Zuwegung</li> <li>▪ Schließanlage</li> <li>▪ räumliche Nähe zu Veranstaltungssälen</li> </ul>
Nebenlager Seminarbereich	ca. 50 - 75	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Lagerung von Mobiliar, Unterlagen und Materialien</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ mind. Belüftung</li> <li>▪ Schließanlage</li> <li>▪ räumliche Nähe zu Veranstaltungssälen</li> </ul>



Lager gibt es in Veranstaltungshäusern nie genug, daher sollte auch im Fall der Realisierung einer Stadthalle am Pumpwerk dort ein entsprechend großer Lagerbereich konzipiert werden.

#### 4.4.11 Gebäudetechnik

Ein nicht unerheblicher Anteil der Flächen in einer neuen Stadthalle wird für Technikzentralen und Betriebsräume in Anspruch genommen. Die Größe und das Gesamtvolumen dieser Flächen sind abhängig vom gewählten Haustechnikkonzept sowie von verbauten Medien/Techniken (z. B. Fernwärme).

Die Technikzentrale dient der Steuerung und Überwachung der technischen Anlagen des Veranstaltungsbezirks (zusätzlich zu den individuellen, dezentralen Steuerungseinheiten pro Saal). Zusätzlich zu den fest installierten Anlagen kann von der Technikzentrale aus auch der Anlieferverkehr überwacht, die Klima- und Lüftungstechnik gesteuert und die Sicherheit des Hauses (Brandmeldeanlage, zentrale Alarmaufschaltung, Einbruchschutz, etc.) gewährleistet werden. Um schnell und kostensparend Kleinreparaturen und Montagearbeiten vornehmen zu können, ist eine zudem hauseigene Werkstatt vorzusehen.

Bereich/Raum	Nutzfläche (ca. in m <sup>2</sup> )	Nutzung/Funktion	Anmerkung
Technik	offen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Technik-/Lüftungszentrale, Kühlung/Heizung, Sprinklerzentrale, ELT/Trafoforum, Geräteraum, Werkstatt</li> </ul>	

#### 4.5 Raumkonzept (Übersicht)

Nummer	Raum/Bereich	Nutzfläche (ca. in m <sup>2</sup> )	Teilfläche (ca. in m <sup>2</sup> )	Kapazitäten
4.4.1	Großer Saal	1.500 – 1.600	35 %/65 %, 50 %/50 %	ca. 2.000 – 2.500 in Reihen ca. 1.200 parlamentarisch ca. 1.300 Bankett ca. 3.000 stehend
4.4.2	Bühnenbereich	250 - 340	Bühne 100 – 150 Hinterbühne 70 -100 Seitenbühne 2 x 15 – 20 Magazin 50	
4.4.3	Regiebereich	48 - 50	Regieraum 25 Ton 8 - 10 Beamer/Licht 10 WC 5	
4.4.4	Künstlergarderoben	230	Einzelgarderoben 90 Gruppengarderoben 90 Sanitäranlagen 90 Teeküche/Aufenthalt 50	
4.4.5	Seminarbereich	385 - 455	Seminarraum 1 + 2: je 40 – 50 Seminarraum 3: 60 – 75 Seminarraum 4: 80 – 100 Kombination Räume 1,2 +4 = „Kleiner Saal“ Seminarfoyer: 100 Sanitärbereich 60 – 70 Putzraum 5 – 10	
4.4.6	Eingangsbereich	offen/entwurfsabhängig		
4.4.7	Hauptfoyer	750 - 900		
4.4.7.1	Besuchergarderobe	130 - 165	Garderobe 120 - 150 Kofferraum 10 - 15	
4.4.7.2	Sanitäranlagen Besucher	245 - 255	Damen-WC 120 Herren WC 80 Behinderten-WC 40 Putzraum 5 - 10	
4.4.7.3	Sanitätsraum	10 - 15		



Nummer	Raum/Bereich	Nutzfläche (ca. in m <sup>2</sup> )	Teilfläche (ca. in m <sup>2</sup> )	Kapazitäten
4.4.7.4	Organisationsbüro	15 - 20	2 Büros á 8 - 10	
4.4.7.5	Veranstaltungslager	15		
4.4.7.6	Kassenraum	25 - 30	Kassenraum 10 Kassenbüro 15-20	
4.4.7.7	Putzmittelraum	20 - 30		
4.4.7.8	Personalraum	85	Umkleiden 40 Sanitär 20 Aufenthalt 25	
4.4.8	Küche/Catering	400 - 565	Produktionsküche 150 - 200 Kühl-/Trockenlager 50 - 100 Personalbereich 50 - 60 Büro 10 Warenannahme 50 - 75 Entsorgung 50 - 80 Thekenbereich 40	
4.4.9	Verwaltung	100 - 150		
4.4.10	Lager	550 - 625	Hauptlager 400 - 450 Techniklager 100 Nebenlager 50 - 75	
4.4.11	Gebäudetechnik	offen/entwurfsabhängig		

## 4.6 Flächenaddition

In Summe ergeben sich demnach in diesem Entwurf eines Raumkonzeptes für eine neue, Stand-Alone-Stadthalle eine Gesamt-Nutzfläche von zwischen ca. 4.760 m<sup>2</sup> und ca. 5.525 m<sup>2</sup> (inkl. Seminarfoyer und Seminar-Sanitärbereich). Zur Ermittlung bzw. Abschätzung der erforderlichen Gesamtflächen für eine neue Stadthalle sind diesen Nutzflächen noch Verkehrs- und Konstruktionsflächen hinzuzurechnen.

Ansatz Nutzfläche	ca. 4.760 m <sup>2</sup>	ca. 5.530 m <sup>2</sup>
+ 20% für Verkehrsflächen	ca. 950 m <sup>2</sup>	ca. 1.100 m <sup>2</sup>
+ 10% für Konstruktionsflächen	ca. 570 m <sup>2</sup>	ca. 665 m <sup>2</sup>
<b>Summe (BGF)</b>	<b>ca. 6.300 m<sup>2</sup></b>	<b>ca. 7.300 m<sup>2</sup></b>

In einem ersten, kalkulatorischen Ansatz ergibt sich ein Gesamtflächenbedarf (BGF) für eine neue Stadthalle zwischen ca. 6.300 m<sup>2</sup> und rund 7.300 m<sup>2</sup>, zzgl. Eingangflächen, Lieferhof, Technikbereiche, ohne Außenbereiche).

Diese ermittelten Flächenvolumina decken sich grob mit den in der Beschlussvorlage 106/2019 des Fachbereichs Grundstücke und Gebäude der Stadt Wilhelmshaven vom 11.04.2019 an den Rat der Stadt, in der für die neue Stadthalle rund 6.300 m<sup>2</sup> BGF angenommen wurden.

Diese Werte liegen aber gleichzeitig auch deutlich unter den angenommenen Flächenvolumina der Konzeptstudie „Veranstaltungshalle“ Banter Kasernen aus dem Jahr 2008 des Architekturbüros Arhens Grabenhorst, in der alleine für die Stadthalle rund 9.100 m<sup>2</sup> Nutzflächen (zzgl. Verkehrs- und Konstruktionsflächen) auf mehreren Ebenen (!) ausgewiesen wurden.



Würden die Seminarflächen der Stadthalle in dem Gebäudekörper nicht realisiert und vergleichbare Flächen in einem Anbau an das Pumpwerk und das Nebengebäude erfolgen, eine entsprechende Entscheidung seitens der Stadt zur Ausrichtung und der daraus folgenden veränderten Vermarktungs- und Nutzungsmöglichkeiten vorausgesetzt, würde sich ein gegenüber der Stand-Alone-Lösung verringertes Gesamtflächenvolumen zwischen knapp 5.780 m<sup>2</sup> und 6.700 m<sup>2</sup> (BGF) ergeben.

## 4.7 Offene Punkte

### 4.7.1 Konzept/Idee Seebühne/Open-Air-Bühne

In Ergänzung zu den Saal- und Bühnenbereichen der neuen Stadthalle wurden und werden vom bisherigen (und zukünftigen?) Betreiber der Stadthalle sowie auch seitens der GGS Überlegungen hinsichtlich der Einbringung/Konzeption einer Seebühne an der Stadthalle im Falle der Realisierung am Standort Pumpwerk diskutiert.

Diese Option erscheint vor dem Hintergrund der potenziellen Platzierung der Halle am Ufer des Ems-Jade-Kanals als nachvollziehbar und prüfenswert. Vorbilder hierbei könnten z. B. die „fixeren“ Seebühnen in Brezgenz, in Magdeburg (Elbauenpark) und an der Talsperre Kriebstein oder die „temporären“ Seebühnen in Münster (Aasee), in München (Westpark und Olympiapark) und in Walldorf (AQWA Seebühne) sein.

Zur Realisierung einer derartigen Bühne bedarf es allerdings weitergehender Prüfungen, Planungen und entsprechender Genehmigungen. Auch ist das Errichten, das Vorhalten und der Betrieb einer solchen Anlage personal- und kostenintensiv sowie mit Auflagen verbunden, die es zu berücksichtigen gilt.

Zudem muss für eine derartige Bühne, die ein außergewöhnliches Setting und ein Alleinstellungsmerkmal auch für eine neue Stadthalle Wilhelmshaven darstellen könnte/würde, ein entsprechendes Veranstaltungs- und Nutzungskonzept erarbeitet werden, das entweder im witterungsbedingten „Notfall“ kurzfristig in die Stadthalle verlegt werden kann oder aber witterungsunabhängig ist. Es verbleiben aber trotz aller Chancen und Potenziale auch nicht-beeinflussbare Risiken beim Betreiber.

Alternativ, wenn auch in einer kleineren Dimension, bestünde auch die Möglichkeit, eine Terrassenkonstruktion an die Kanalseite der Stadthalle, eine fixe Open-Air-Bühne in den Außenanlagen oder eine beidseitig beispielbare Bühne vorzusehen. Beispiele für beidseitig beispielbaren Bühnen wären die Grohe Arena in Hemmer oder die Stadthalle Troisdorf, für temporär nutzbare Terrassenlösungen die Stadthalle in Gunzenhausen oder das Bodenseeforum in Konstanz.

### 4.7.2 Konzept/Idee Museumsbereiche

Eine weitere, schon diskutierte Option im Zusammenhang mit der Errichtung einer neuen Stadthalle Wilhelmshaven war/ist die gleichzeitige oder temporäre Nutzung von Flächen der Stadthalle und weiteren, separaten Flächen im Gebäude für Ausstellungen und als Museumsflächen.

Die Nutzung von z. B. Saal- und Foyerflächen für temporäre Ausstellungen/museale Nutzungen ist branchenweit nicht unüblich, insbesondere in veranstaltungsarmen/-freien Monaten. Dabei ist jedoch zu bedenken, dass diese Ausstellungen über einen bestimmten Zeitraum Flächen belegen und Kosten verursachen, denen i. d. R. nicht die entsprechenden Einnahmen gegenüberstehen. Die Flächen müssen geheizt/gekühlt, mit Strom versorgt, gereinigt und mit eigenem Personal betrieben werden – für den jeweiligen Betreiber i. d. R. ein „Minusgeschäft“ (= Zuschussbedarf).

Auch der Ausbau eines separaten Museumsbereichs, der ggfs. dann temporär auch für Veranstaltungen (z. B. Empfänge) genutzt werden kann, wirft Fragen der Wirtschaftlichkeit sowohl im investiven als aber auch im betrieblichen Kontext auf: kann/will sich Wilhelmshaven so etwas leisten? Auch gilt es das dann erforderliche Flächenvolumen (Ausstellungsbereich, Erschließung, Sanitär, Personalräume etc.) zu bestimmen und zu den Flächen der Stadthalle zu addieren – der Baukörper würde wachsen, was es im jeweiligen Architekturkonzept entsprechend und auch vor dem Hintergrund des städtebaulichen Erscheinungsbilds zu berücksichtigen gilt.

#### 4.7.3 Parkhaus/Stellplätze

Für die Stadthalle selbst aber auch für das Pumpwerk und das TWWP gilt es im Falle der Realisierung am Standort Pumpwerk/Wiesbadenbrücke für Besucher zukünftig ausreichend Pkw-Stellplätze zur Verfügung zu stellen, um den absehbaren Parkdruck und die Parksuchverkehre im Quartier Jadeallee/Wiesbadenbrücke zu minimieren.

Es wird davon ausgegangen, dass die Stadt Wilhelmshaven selbst durch eine Stellplatzverordnung Vorgaben zur Abbildung/Schaffung und Bereitstellung von Stellplätzen für diese Nutzungen am Standort Pumpwerk/Wiesbadenbrücke oder auch an anderen Standorten gibt.

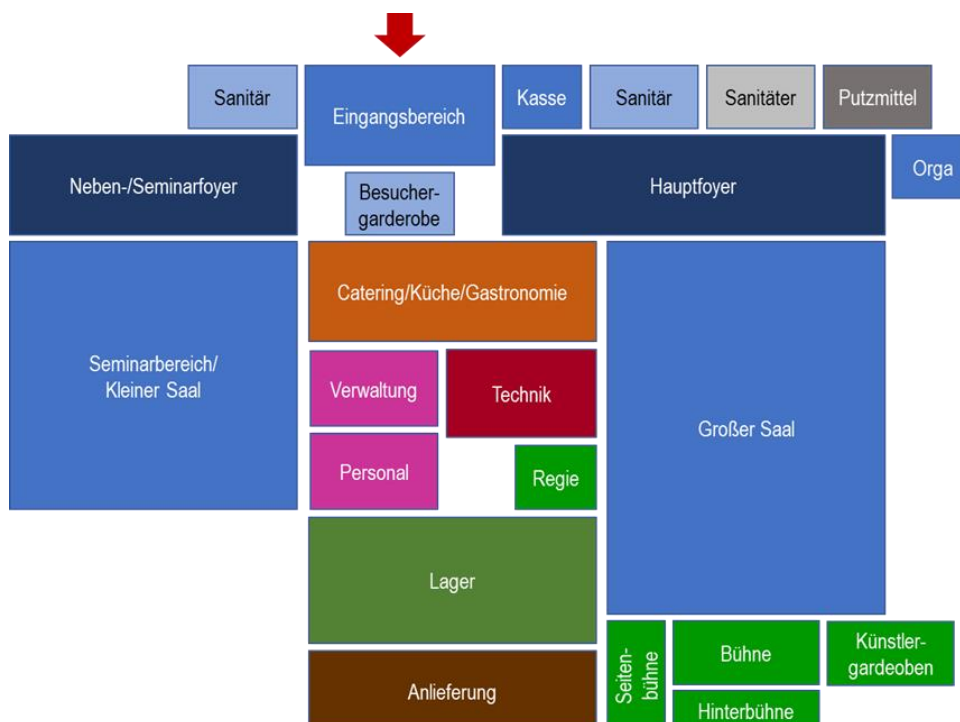
Es erscheint in diesem Zusammenhang im Rahmen eines Parkraum-/Verkehrskonzeptes prüfenswert, zu welchen Zeiten gleichzeitige Parkbedarfe in welchen Umfängen entstehen werden, um daraus ein entsprechendes Konzept und zu schaffenden Stellplatzkapazitäten ableiten zu können.

Idealerweise werden Stellplätze in Form eines Außenparkplatzes zzgl. einer Tiefgarage unter oder einem Parkhaus neben der Stadthalle abgebildet, in dem dann auch noch weitere Nutzungen, wie z. B. Fahrrads- und Bootsverleih, eine Kletterwand (an der Außenfassade) o. ä. angesiedelt werden könnten.

#### 4.8 Funktionskonzept/-schema neue Stadthalle

Nachfolgendes Funktionsschema stellt die grundsätzlichen, funktionalen Zusammenhänge der einzelnen Nutzungsbereiche einer neuen Stadthalle schematisch dar. Diese Darstellung ist nicht maßstäblich und kann sich in Abhängigkeit des konkreten Planungs- und Architekturkonzeptes verändern.

Funktionsschema neue Stadthalle (nicht maßstäblich)



## 5 BEWERTUNG STANDORTOPTIONEN

### 5.1 Allgemeines

Die Eignung und Attraktivität der zur Diskussion stehenden Grundstücke bzw. Flächen für die Entwicklung einer neuen Stadthalle hängt von grundsätzlichen Faktoren und unterschiedlich zu wertenden Prioritäten/Gewichtungen ab. So müssen grundsätzlich die jeweiligen Grundstücke/Flächen für die Entwicklung zur Verfügung stehen (Eigentumssituation) und für die Entwicklung einer neuen Halle geeignet sein (Größe/Abbildbarkeit Konzept, Situation Bestandsbebauung, Erschließungs-/Anfahrtssituation, Altlasten, Baugrund etc.).

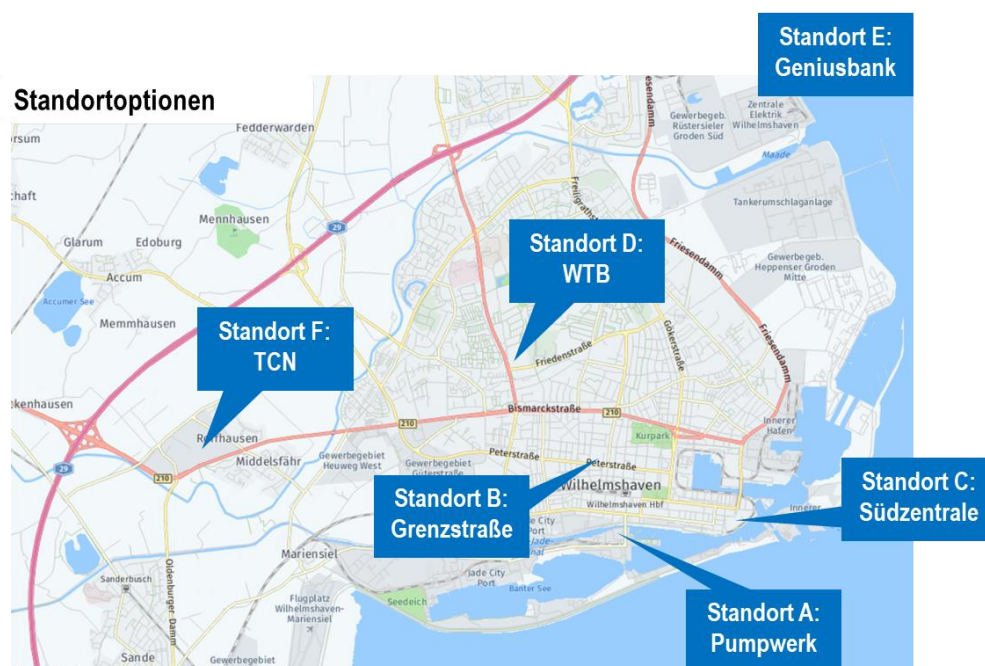
Darüber hinaus ergeben sich in Abhängigkeit der Interessenlage bzw. Perspektive der beteiligten Parteien weitere Kriterien, die bei der Bewertung der Eignung zu beachten sind. So sind für Veranstalter und auch für den Betreiber beispielsweise lager- und logistikbezogene Aspekte wesentlich und ausschlaggebend, während für Stadtentwickler und/oder Veranstaltungsteilnehmer eher Bezüge zum öffentlichen Raum relevant sind.

Je nach Interessenslage sind dabei unterschiedliche Kriterien bei der Bewertung des Projektstandortes anzulegen, differenziert zu bewerten (von 0 (irrelevant) bis 5 (sehr gut)) und zu gewichten (von 1 = weniger wichtig bis 3 = sehr wichtig). Durch die Multiplikation der Bewertungsfaktoren (1-5) mit den Gewichtungsfaktoren (1-3) ergibt sich nach dem BEVENUE-Modell somit für jedes Bewertungskriterium eine theoretische Höchstpunktzahl (Gesamt-Maximum: 525 Punkte). Um den unterschiedlichen Interessenslagen der Akteure eine gleiche Bedeutung/Gewicht beizumessen, wird für jede Interessengruppe eine durchschnittliche Bewertung (Durchschnittswert) ermittelt. Hieraus entsteht anschließend der Mittelwert aller Gruppen für die Gesamtbewertung – der Standorteignung.

Die im Rahmen dieser Studie nachfolgend betrachteten Standorte für eine neue Stadthalle wurden vom Auftraggeber zur näheren Untersuchung vorgegeben.

### 5.2 Überblick Standortoptionen

Für die Entwicklung einer neuen Stadthalle wurden folgende sechs Standortoptionen benannt:



Der Standort A/Pumpwerk umfasst eine derzeit teilbebaute Fläche am Ems-Jade-Kanal, im Stadtumbaugebiet „Jadeallee“, die an der Stadtachse „Jadeallee“ zwischen der Innenstadt und dem Südstrand liegt. Auf dem nördlich des Pumpwerks gelegenen Grundstück befinden sich derzeit drei vom DLRG genutzte Gebäude sowie ein „Bolzplatz“.

Der Standort B/Grenzstraße ist der Standort der ehemaligen Stadthalle, der Standort des „JadeZentrums.“ in der Wilhelmshavener Innenstadt. Für die Entwicklung einer neuen Stadthalle an diesem Standort müssten aufgrund der Bestandssituation umfangreiche Abriss-, Um- und Ausbauarbeiten zusätzlich zu aufwendigen Sanierungsmaßnahmen berücksichtigt werden. Hinzu kommen logistische sowie emissionsrelevante Einschränkungen während der Bau- und Betriebsphase.

Der Standort C/Südzentrale ist ein ehemaliges Industrieareal an der Rheinstraße im Privateigentum, das zwar einerseits städtebaulich interessant entwickelt werden könnte, das aber voraussichtlich auch Altlasten birgt, die zusätzlich zu dem Erwerbspreis, den Realisierungskosten für eine neue Stadthalle auch von der Stadt zu tragen wären.

Der Standort D/WTB, die ehemalige Tennishalle des Wilhelmshavener Turnerbunds an der Friedenstraße ist im Besitz der Stadt. Hier ist auf einer Teilfläche aktuell bereits die Realisierung einer KiTa geplant, weitere Nutzungen wären im Fall der Realisierung einer Stadthalle auf diesem Areal nicht möglich.

Der Standort E/Geniusbank befindet sich nördlich des Innenstadtgebiets beim Areal des Jade-Weser-Ports, unmittelbar westlich des Jade-WeserPort-InfoCenters. Er ist im Besitz der Stadt.

Der Standort F/TCN, das Technologie Centrum Nordwest in Roffhausen, dass nach dem Aus des Schreibmaschinenherstellers Olympia Mitte der 1990er Jahre auf dem früheren Werksgelände entstand, befindet sich ca. 6,2 Kilometer vom Bahnhof Wilhelmshaven entfernt.

Diese sechs Standortoptionen wurden nachfolgend im Hinblick auf ihre grundsätzliche Eignung als Standort für eine neue Stadthalle bewertet.

### 5.3 Beschreibung der allgemeinen Standortfaktoren

Nachfolgend dargestellte Kriterien wurden zur Einschätzung und Bewertung der grundsätzlichen Eignung und Attraktivität der unterschiedlichen Standorte berücksichtigt und mit einer Gewichtung versehen:

Bewertung A: Allgemeine/Grundsätzliche Faktoren

Kriterien	Beschreibung	Gewichtung <sup>1</sup>
Lage	Grundsätzliche Lage des Projektareals im Stadtgebiet, Attraktivität und Eignung der Lage zur Entwicklung des Projektes (Stadtgebiet, Erreichbarkeit, Entfernung Innenstadt etc.) - wichtig bei Veranstaltungshäusern in Mittelstädten wie Wilhelmshaven, da Standort/Halle u.a. über Kompaktheit/kurze Wege verkauft wird. In Großstädten ist Entfernung/Verteilung weniger relevant/akzeptiert	3
Grundstücksgröße	Eignung Umfang bzw. Größe des Areals zur Realisierung des Projektes bzw. für geplante Bebauung inklusive erforderlicher Flächen für Verkehr, Außenbereiche, Erschließung und Infrastruktur	3
Verfügbarkeit	Grundsätzliche Verfügbarkeit des Areals zur zeitnahen Realisierung des Projektes (Eigentums-/Besitzsituation, lfd. Verträge/Nutzungen)	3
Bestandssituation Bebauung	Situation der Bebauung im Bestand, mögliche Rückbauerfordernisse Bestandsbebauung etc.	2
Bebaubarkeit/bauliche Eignung	Eignung Baugrund/Projektareal für Entwicklung (Baugrund, Abbildbarkeit Raumprogramm und Funktionalität etc.)	3
Lasten/Beschränkungen	Bestehende Wege-, Leitungsrechte, Nutzungseinschränkungen, etc.	2
Altlasten	Bereits bekannte, vermutete oder zu prüfende Situation bzgl. Altlasten/Verunreinigungen etc.	3

Kriterien	Beschreibung	Gewichtung <sup>1</sup>
Gebietseinordnung	Einordnung Projektareal nach Baunutzungsverordnung und damit verbundene bauplanungsrechtliche Vorgaben sowie nachbarrechtliche Aspekte	3
Nachbarrechtliche Aspekte	Eignung/Einschränkungen aufgrund Nutzungen auf Nachbargrundstücken (Emissionsschutz, Nutzungseinschränkungen etc.)	3
Anbindung an Infrastruktur	Erschließungssituation Projektareal (Ver-/Entsorgung, Verkehr, etc.)	3

<sup>1</sup>Gewichtung: 1 = weniger wichtig, 2 = wichtig, 3 = sehr wichtig

B: Nutzungsbezogene Faktoren/Betreibersicht

Kriterien	Beschreibung	Gewichtung <sup>1</sup>
Mögliche Kapazität der Location	Größe der Location gemessen an der geplanten Nutzung, dem Angebot an weiteren Räumen bzw. Flächen im Haus selbst und im Außenbereich	3
Standort/Lage	Einfache Erreichbarkeit und Anbindung an Verkehrswege Zentralität, Nähe zu Attraktionen und Sehenswürdigkeiten	3
Zu-, An-/Abfahrtssituation	Zu- und Vorfahrt zum Eingangsbereich aus dem öffentlichen Raum	3
Anliefersituation	Umfang bzw. Ausgestaltung der Anliefersituation und des Betriebs-/Ladehofs, Lärmschutz, Wegeführung und Kreuzung von Verkehren	3
Parkmöglichkeiten Anlieferverkehr	Umfangreiche Anzahl an PKW-Stellplätzen, Entfernung der Parkmöglichkeiten zur Location, Übersichtlichkeit, Qualität des Angebotes	3
Emissionen/Immissionen	Nutzungseinschränkende Faktoren durch Emissionen und Immissionen (Lärm, Schmutz, Abgase etc.)	3
Sichtbarkeit/Präsenz öffentlicher Raum	Platz- und Umfeldsituation mit größeren Blickbeziehungen vom Umfeld auf das Objekt (relevant für grundsätzliche Wahrnehmung und mögliche Außenwerbung)	3
Frequenzpotenziale	Fußgänger- oder „Beifahrerfrequenz“ am Standort (relevant für grundsätzliche Wahrnehmung, mögliche Außenwerbung und mögliche Zusatznutzungen (z. B. Gastronomie))	2
Synergien mit anderen Nutzungen vor Ort	positive Synergien mit Nutzungen im Umfeld des Standortes (z. B. Gastronomie, Einzelhandel, Hotel und Büronutzungen)	3
Risiko Betriebsunterbrechung durch Neubau	Risiko hinsichtlich einer ggfs. erforderlichen Unterbrechung des Veranstaltungsbetriebes bei einer Entwicklung für Bestandshaus	3
Entwicklungs- bzw. Erweiterungsmöglichkeiten Projektareal	Zukünftige Erweiterungen nach Realisierung auf Projektareal möglich bzw. nicht möglich	2



## C: Nutzungsbezogene Faktoren Veranstaltungsteilnehmer/Besucher

Kriterien	Beschreibung	Gewichtung <sup>1</sup>
Erreichbarkeit mit Individualverkehr	einfache Erreichbarkeit der Location über Autobahnen, Bundes-/Landesstraßen, Stadtstraßen	3
Erreichbarkeit mit ÖPNV	Erreichbarkeit der Location mit Verkehrsmitteln des ÖPNV (Bus, Bahn, Straßenbahn, o. ä.) mit schneller Verbindung in das regionale/überregionale Bahnnetz	3
Parkmöglichkeiten	umfangreiche Anzahl an Pkw-Stellplätzen an der Location, Entfernung Pkw-Stellplätze zur Location, Übersichtlichkeit, Qualität des Angebotes	3
Entfernung Stadtzentrum/touristischen Highlights	Entfernung zu Innenstadt und innerstädtischen Angeboten	2
Nähe/Anbindung Hotelangebote	Umfang, Mix, Qualität, Marken und Entfernung zu Hotelangeboten vor Ort	3
Ambiente, Umfeld	Attraktivität des Umfelds und des Ambientes der Location	2
Image/Eindruck des Standortes	Charakter/Ruf bzw. Image des Locationstandortes (z. B. Quartier mit sozialen Brennpunkten, geschichtsträchtiges Areal, Sicherheitsaspekte)	2

<sup>1</sup>Gewichtung: 1 = weniger wichtig, 2 = wichtig, 3 = sehr wichtig

## D: Eignung aus Sicht des Entwicklers/Investors (Stadt)

Kriterien	Beschreibung	Gewichtung <sup>1</sup>
Investitionsintensität	Grundstückskosten, Aufwand bzgl. Rückbau Bestand, Neubau, Lärmschutz, Parkierungs- und Infrastrukturfächen, Altlasten etc.	3
Synergien mit anderen Nutzungen vor Ort	mögliche Synergien mit Nutzungen im Umfeld des Standortes (baulich/technisch)	3
Städtebauliche Bedeutung	Gestaltungsfreiheit bzw. Rahmen der möglichen Entwicklung für Standort und Nachbarschaft	3
Entwicklungs- und Erweiterungsmöglichkeiten Projektareal	Großes Grundstück, Erweiterungen nach Realisierung auf Bestandsgrundstück möglich bzw. nicht möglich	3
Anbindung an lokale Infrastruktur	Erschließungssituation Projektareal Ver-/Entsorgung (Strom, Gas/Fernwärme, Wasser, Kanal, Medien etc.)	3
Emissionen und Immissionen	Nutzungseinschränkende Faktoren durch Emissionen und Immissionen (Lärm, Schmutz, Abgase etc.) sowie Art und Umfang der dafür erforderlichen Schutzmaßnahmen	3
Stellplatzsituation	Situation ruhender Verkehr (Bestand/Zukunft) und hierfür erforderliche bzw. zu schaffende Maßnahmen (Pkw+ Lieferverkehr)	3

<sup>1</sup>Gewichtung: 1 = weniger wichtig, 2 = wichtig, 3 = sehr wichtig

## 5.4 Bewertung Standort A / Pumpwerk

Der Projektstandort „A/Pumpwerk“ umfasst ein unmittelbar südlich an den Ems-Jade-Kanal und nördlich das Areal des Pumpwerks anschließende Grundstück, das im Bestand mit drei kleineren Gebäuden, Grünflächen sowie einem „Bolzplatz“ bebaut ist. Das knapp 6.000 m<sup>2</sup> große Grundstück liegt in unmittelbarer Nachbarschaft zum Atlantic Hotel, dem Jade InnovationsZentrum, dem zukünftigen TWWP sowie dem Entwicklungsgebiet „Wiesbadenbrücke.“ Es ist über die Jadeallee erreichbar.



Bewertung A: Allgemeine/Grundsätzliche Faktoren

Kriterien	Gewichtung	Bewertung	Anmerkung
Lage	3	4,0	Pumpwerk = Lage außerhalb vom Stadtzentrum aber fußläufige Erreichbarkeit aus Innenstadt/Bahnhof, in der Nähe des Entwicklungsquartiers Wiesbadenbrücke
Grundstücksgröße	3	4,0	ca. 6.000 m <sup>2</sup> zzgl. Freifläche vor dem Pumpwerk, die anteilig mit überbaut werden könnte
Verfügbarkeit	3	3,5	Eigentum/Besitz des Areals liegt durch bestehendes Erbbaurecht bei der DLRG – hier wäre dann eine Verlagerung des DLRG an einen Drittstandort erforderlich.
Bestandssituation Bebauung	2	3,5	Derzeit mit 3 Einzelgebäuden (DLRG) sowie dem asphaltierten Bolzplatz – für den DLRG wären an anderer Stelle Alternativen vorzusehen
Bebaubarkeit/ bauliche Eignung	3	5,0	Eignung für neue Entwicklung/Bebauung scheint gegeben, Größe ausreichend
Lasten/Beschränkungen	3	3,0	Den Autoren unklar, ist zu klären
Altlasten	3	3,0	Den Autoren unklar, ist zu klären
Gebietseinordnung	3	5,0	Bau- und Nutzungsrechtliche Situation wird für Areal und Entwicklung geschaffen
Nachbarrechtliche Aspekte	3	4,0	keine relevanten Einschränkungen bei Indoor-Veranstaltungen zu erwarten, mögliche Einschränkungen bei Outdoor-Events (Lärmschutz)
Anbindung an Infrastruktur	3	5,0	ist bereits vorhanden, wird im Kontext der Entwicklung des Quartiers Wiesbadenbrücke erweitert

Gewichtung: 1 = weniger wichtig, 2 = wichtig, 3 = sehr wichtig

Bewertung: 0 = irrelevant, 1 = sehr schlecht, 2 = schlecht, 3 = durchschnittlich, 4 = gut, 5 = sehr gut

## Bewertung B: Nutzungsbezogene Faktoren/Betreibersicht

Kriterien	Gewichtung	Bewertung	Anmerkung
Mögliche Kapazität der Location	3	5,0	Abbildbarkeit der relevanten Größe zu Entwicklung einer neuen Stadthalle ist gegeben
Standort/Lage	3	4,5	Fußläufige Entfernung zur Innenstadt/Südstrand/Bahnhof gegeben, Erreichbarkeit Pkw gut
Zu-, An-/Abfahrtssituation	3	4,5	Anfahrtssituation über Jadeallee/Emsstraße kann noch gestaltet werden, Zuwegung zum Areal bei erhöhtem Verkehrsaufkommen kann herausfordernd werden, aber nur zu wenigen Spitzenzeiten
Anliefersituation	3	5,0	Anliefersituation ausreichend groß und kann noch gestaltet werden
Parkmöglichkeiten Anlieferverkehr	3	5,0	Stellplätze für Anlieferverkehr müssen/können noch ausgewiesen werden, sollte aber vor dem Hintergrund der gewerblichen Nutzung in der Nachbarschaft möglich sein, kaum/wenige Überschneidungen mit Pumpwerk
Emissionen/Immissionen	3	4,0	Emissionsaspekte hauptsächlich bei An-/Abfahrten von VA-Teilnehmern und Lieferverkehr relevant
Sichtbarkeit/Präsenz öffentlicher Raum	3	4,5	Grundstück am Standort in exponierter Lage mit denkmalgeschütztem Pumpwerk unmittelbar angrenzend und TWWP in der Nähe, Chance zur Entwicklung eines architektonischen "Landmarks", Sichtbarkeit aus Innenstadtbereich gegeben
Frequenzpotenziale	2	4,0	Veranstaltungsunabhängige Fußgänger- und Beifahrerfrequenz durch Standort Banter See und Entwicklung Quartier Wiesbadenbrücke zukünftig gegeben
Synergien mit anderen Nutzungen vor Ort	3	5,0	Kooperationsmöglichkeiten mit Pumpwerk und Atlantic Hotel sowie TWWP für Kern- und Rahmenprogramm
Risiko Betriebsunterbrechung	3	5,0	Kein relevantes Risiko, da unabhängige Entwicklung
Entwicklungs- bzw. Erweiterungsmöglichkeiten Projektareal	2	4,0	Weitere Entwicklungen grundsätzlich möglich

## Bewertung C: aus Sicht des Veranstaltungsteilnehmers/Besuchers

Kriterien	Gewichtung	Bewertung	Anmerkung
Erreichbarkeit Individualverkehr	3	4,5	Zufahrtssituation Pkw gut, fußläufige Erreichbarkeit Innenstadt
Erreichbarkeit mit ÖPNV	3	4,0	Erreichbarkeit mit ÖPNV in Planung
Parkmöglichkeiten	3	4,0	Derzeit nicht ausreichend Stellplätze, diese werden aber im Kontext der Gesamtentwicklung realisiert
Entfernung Stadtzentrum/ touristischen Highlights	2	4,5	Fußläufige Entfernung zur Innenstadt, Naherholungsgebiet Banter See und Südstrand
Nähe/Anbindung Hotelangebote	3	4,5	Atlantic Hotel und B&B-Hotel unmittelbar fußläufig erreichbar, sonstige Hotels gut erreichbar
Ambiente, Umfeld	2	5,0	Naherholungsgebiet Banter See und Südstrand in fußläufiger Entfernung
Image/Eindruck des Standortes	2	5,0	Quartier im Entwicklungsprozess, Naherholungsgebiet Banter See, Sichtbeziehung Innenstadt, Uferlage

Gewichtung: 1 = weniger wichtig, 2 = wichtig, 3 = sehr wichtig

Bewertung: 0 = irrelevant, 1 = sehr schlecht, 2 = schlecht, 3 = durchschnittlich, 4 = gut, 5 = sehr gut

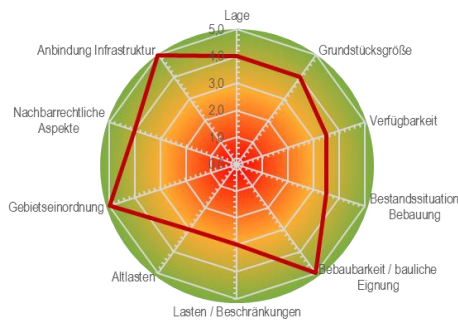
Bewertung D: aus Sicht des Entwicklers/Investors (Stadt)

Kriterien	Gewichtung	Bewertung	Anmerkung
Investitionsintensität	3	3,0	Baumaßnahmen beschränken sich auf kleinteiligen Rückbau Bestand im Untergrund aber primär auf Neubau Immobilie, Parken und Außenanlagen. Für den DLRG wären an anderer Stelle neue Kapazitäten zu schaffen
Synergien mit anderen Nutzungen vor Ort	3	4,5	Gesamtquartier und Grundstück selbst sind Bestandteile einer Gesamtentwicklung, bei der entsprechende Maßnahmen ohnehin erfolgen, bauliche Synergien mit Pumpwerk möglich
Städtebauliche Bedeutung	3	5,0	Chance zur "Landmark"-Bildung, gemeinsam mit dem Pumpwerk
Entwicklungs- und Erweiterungsmöglichkeiten Projektareal	3	4,5	Entwicklungsmöglichkeiten sind in Abhängigkeit der Grundstückssituation gegeben
Anbindung an lokale Infrastruktur	3	4,0	Gesamtquartier und Grundstück selbst sind Bestandteile einer Gesamtentwicklung, bei der entsprechende Maßnahmen ohnehin erfolgen
Emissionen und Immissionen	3	3,0	Geringe Maßnahmen erforderlich, da Emissionsaspekte hauptsächlich bei An-/Abfahrten von VA-Teilnehmern und Lieferverkehr relevant
Stellplatzsituation	3	2,0	Maßnahmen für ruhenden und fließenden Verkehr erforderlich

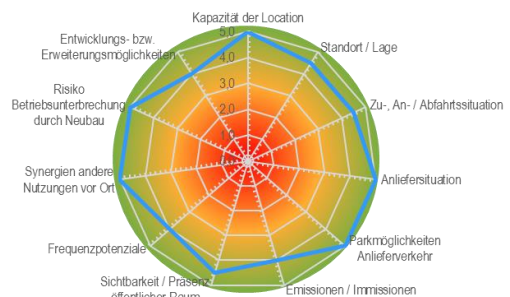
Gewichtung: 1 = weniger wichtig, 2 = wichtig, 3 = sehr wichtig

Bewertung: 0 = irrelevant, 1 = sehr schlecht, 2 = schlecht, 3 = durchschnittlich, 4 = gut, 5 = sehr gut

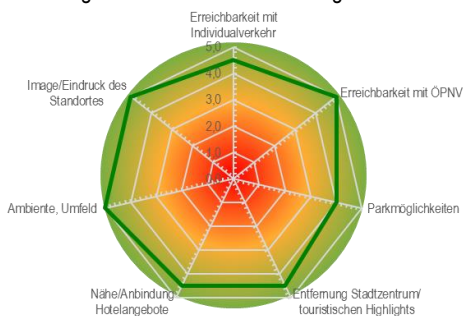
Bewertung grundsätzliche Faktoren



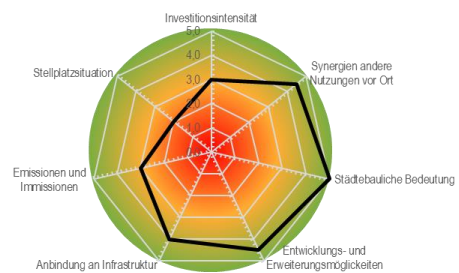
Bewertung aus Sicht des Betreibers



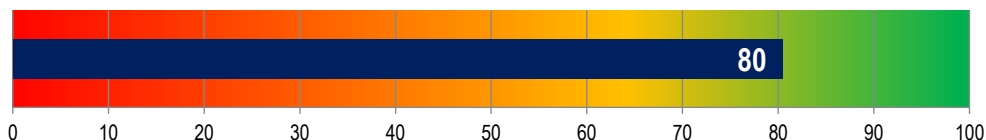
Bewertung aus Sicht des Veranstaltungsbesuchers



Bewertung aus Sicht des Entwicklers/Investors (Stadt)



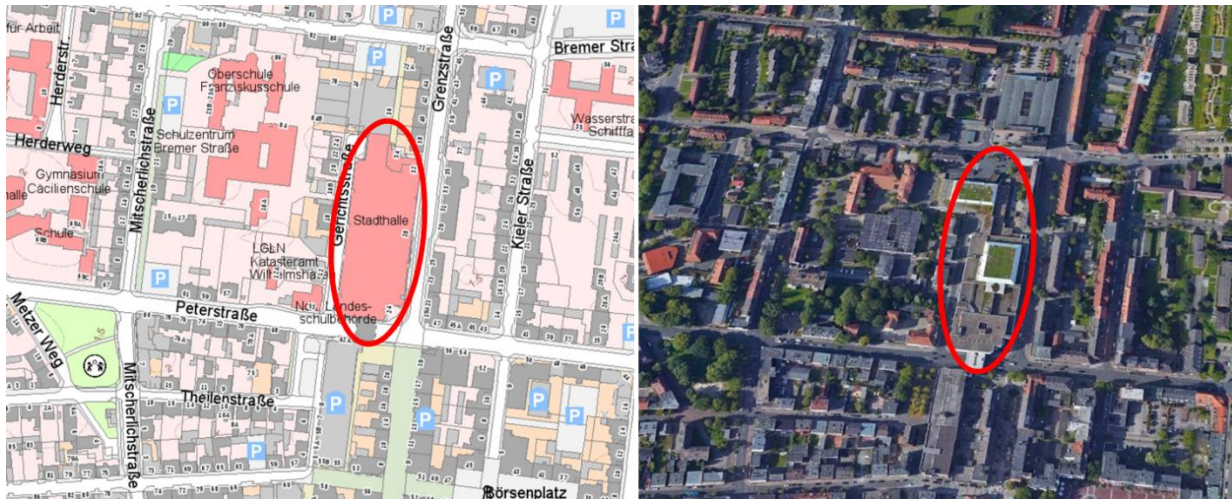
Punkte Standort-Eignung Gesamt





## 5.5 Bewertung Standort B / Grenzstraße

Der Standort Grenzstraße/Ecke Peterstraße der ehemaligen Bestandshalle liegt unmittelbar am nördlichen Rand der zentralen Innenstadt Wilhelmshavens. Der Gebäudekomplex des JadeZentrums ist fußläufig vom Bahnhof erreichbar, er ist von Wohn- und Gewerbenutzung umgeben. Die Stadt hat im Herbst 2022 die Durchführung eines Interessenbekundungsverfahrens für dieses Areal beschlossen, das u.a. auf die „Realisierung einer Stadthalle und/oder einer weiteren städtebaulichen Entwicklungsmöglichkeit abzielt.“ Ob sich ein Investor grundsätzlich, für diese oder nur für eine anderweitige Nutzungs-/Bebauungsvariante findet, ist zum Zeitpunkt der Erstellung dieser vorliegenden Studie offen.



Bewertung A: Allgemeine/Grundsätzliche Faktoren

Kriterien	Gewichtung	Bewertung	Anmerkung
Lage	3	4,0	Grenzstraße = Standort Bestandshalle im Innenstadtbereich, fußläufige Erreichbarkeit Bahnhof
Grundstücksgröße	3	4,0	Grundstück per se ausreichend groß für neue Stadthalle, wegen Feuerwehrumfahrung, Abstandsflächen etc. ist aber Stapelung der Nutzung erforderlich
Verfügbarkeit	3	5,0	Eigentum/Besitz des Areals liegt bei Stadt
Bestandssituation Bebauung	2	1,5	Bestandsbebauung mit JadeZentrum und Parkhaus, zeitaufwendiger Rückbau erforderlich, Wohn-/Gewerbenutzung in unmittelbarer Nachbarschaft
Bebaubarkeit/ bauliche Eignung	3	2,5	Eignung für neue Entwicklung/Bebauung gegeben, Größe ausreichend aber Nutzung im Innenstadtbereich mit angrenzender Wohn-/Gewerbenutzung einschränkend (Emissionen/Lärmschutz, Abstand)
Lasten/Beschränkungen	3	3,0	Den Autoren unklar, ist zu klären
Altlasten	3	3,0	Den Autoren unklar, ist zu klären
Gebietseinordnung	3	4,0	Bau- und Nutzungsrechtliche Situation wird für Areal und Entwicklungen geschaffen
Nachbarrechtliche Aspekte	3	2,0	Wohn-/Gewerbenutzung sowie innerstädtische Lage erfordern Emissionsschutz, Verkehrsführung etc.
Anbindung an Infrastruktur	3	5,0	durch Bestandsbebauung bereits gegeben

Gewichtung: 1 = weniger wichtig, 2 = wichtig, 3 = sehr wichtig

Bewertung: 0 = irrelevant, 1 = sehr schlecht, 2 = schlecht, 3 = durchschnittlich, 4 = gut, 5 = sehr gut

## Bewertung B: Nutzungsbezogene Faktoren/Betreibersicht

Kriterien	Gewichtung	Bewertung	Anmerkung
Mögliche Kapazität der Location	3	4,5	Abbildbarkeit der relevanten Größe zu Entwicklung einer neuen Stadthalle ist gegeben
Standort/Lage	3	4,5	Fußläufige Entfernung zur Innenstadt/Südstrand/Bahnhof gegeben, Erreichbarkeit Pkw gut
Zu-, An-/Abfahrtssituation	3	2,0	Anfahrtssituation über Peterstraße gegeben, Zuwegung zum Areal bei erhöhtem Verkehrsaufkommen kritisch (Emissionen, Anwohner etc.), Situation Stellplätze herausfordernd
Anliefersituation	3	2,0	Anliefersituation ausreichend groß und kann noch gestaltet werden, Lage im Wohngebiet macht Lärmschutz notwendig/unabdingbar, ggfs. drohen Nutzungsbeschränkungen aufgrund Emissionssituation
Parkmöglichkeiten Anlieferverkehr	3	2,5	Stellplätze für Anlieferverkehr müssen/können noch ausgewiesen werden, aufgrund Innenstadtlage ggfs. kritisch
Emissionen/Immissionen	3	2,0	Emissionsaspekte bei An-/Abfahrten von VA-Teilnehmern und Lieferverkehr relevant
Sichtbarkeit/ Präsenz öffentlicher Raum	3	3,0	Grundstück am Standort in exponierter Lage, Chance zur Entwicklung eines innerstädtischen "Landmarks", Sichtbarkeit aufgrund hoher Bebauungsdichte begrenzt
Frequenzpotenziale	2	4,5	Veranstaltungsunabhängige Fußgänger- und Beifahrerfrequenz durch Innenstadtlage per se gegeben
Synergien mit anderen Nutzungen vor Ort	3	2,5	Kooperationsmöglichkeiten mit anderen Nutzungen vor Ort beschränkt, Hotels im Umkreis vorhanden, allerdings nur kleinere
Risiko Betriebsunterbrechung	3	0	Aufgrund Schließungssituation gibt es derzeit keinen Stadthallenbetrieb
Entwicklungs- bzw. Erweiterungsmöglichkeiten Projektareal	2	1,0	Äußerst Beschränkt, da innerstädtisches Areal

## Bewertung C: aus Sicht des Veranstaltungsteilnehmers/Besuchers

Kriterien	Gewichtung	Bewertung	Anmerkung
Erreichbarkeit mit Individualverkehr	3	4,5	Zufahrtssituation Pkw gut, fußläufige Erreichbarkeit Innenstadt
Erreichbarkeit mit ÖPNV	3	5,0	Erreichbarkeit mit ÖPNV gegeben
Parkmöglichkeiten	3	3,0	Durch Rückbau Bestandsparkhaus müssen neue Stellplätze geschaffen werden, Situation/Planung unklar
Entfernung Stadtzentrum/ touristischen Highlights	2	4,0	Fußläufige Entfernung zur Innenstadt gut, zu Strand und Banter See etwas weiter
Nähe/Anbindung Hotelangebote	3	3,0	Kleinere Hotels im Umkreis vorhanden, größere Hotels (Atlantic, B&B) in nicht mehr fußläufiger Entfernung
Ambiente, Umfeld	2	4,0	Innenstadt
Image/Eindruck des Standortes	2	4,0	Innenstadt

Gewichtung: 1 = weniger wichtig, 2 = wichtig, 3 = sehr wichtig

Bewertung: 0 = irrelevant, 1 = sehr schlecht, 2 = schlecht, 3 = durchschnittlich, 4 = gut, 5 = sehr gut



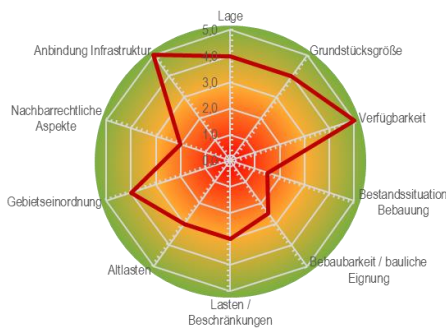
Bewertung D: aus Sicht des Entwicklers/Investors (Stadt)

Kriterien	Gewichtung	Bewertung	Anmerkung
Investitionsintensität	3	1,0	Zeit-/Kostenintensiver Rückbau Bestand mit möglichen Altlasten-aspekten erforderlich, erhöhte Investitionskosten für Stellplätze und Emissionsschutz
Synergien mit anderen Nutzungen vor Ort	3	4,0	Gesamtquartier und Grundstück selbst sind voll erschlossen, Synergien bei Baukonstruktion, Gebäudetechnik denkbar, nutzungsbezogen nicht
Städtebauliche Bedeutung	3	3,0	Chancen zur Entwicklung einer außergewöhnlichen Location aufgrund Innenstadtlage und Nachbarnutzungen beschränkt
Entwicklungs- und Erweiterungsmöglichkeiten Projektareal	3	3,0	Entwicklungsmöglichkeiten sind in Abhängigkeit der Grundstücks-situation grundsätzlich gegeben, aufgrund der Innenstadtlage aber begrenzt
Anbindung an lokale Infrastruktur	3	5,0	Gesamtquartier und Grundstück selbst sind voll erschlossen
Emissionen und Immissionen	3	2,5	Maßnahmen erforderlich, da Nähe zu Wohn-/Gewerbenutzung, öffentlicher Straßenraum
Stellplatzsituation	3	2,0	Maßnahmen für ruhenden und fließenden Verkehr erforderlich

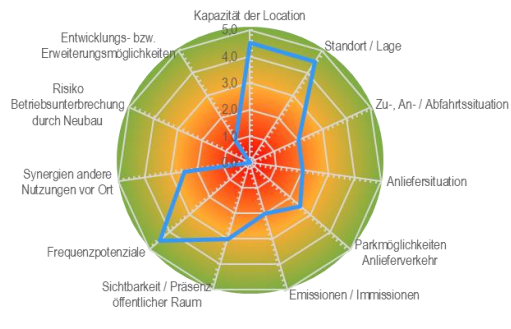
Gewichtung: 1 = weniger wichtig, 2 = wichtig, 3 = sehr wichtig

Bewertung: 0 = irrelevant, 1 = sehr schlecht, 2 = schlecht, 3 = durchschnittlich, 4 = gut, 5 = sehr gut

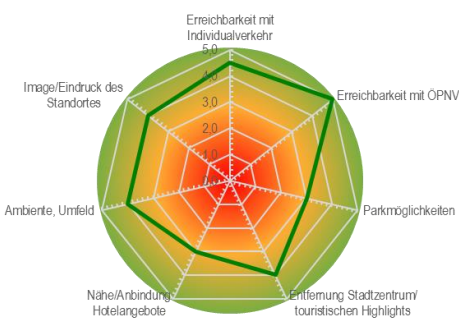
Bewertung grundsätzliche Faktoren



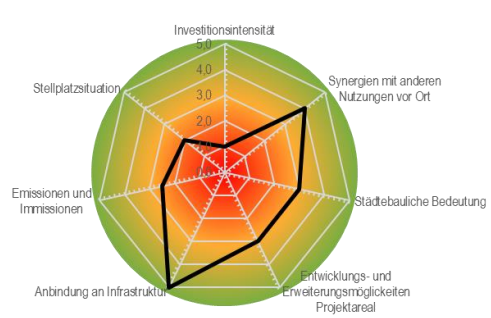
Bewertung aus Sicht des Betreibers



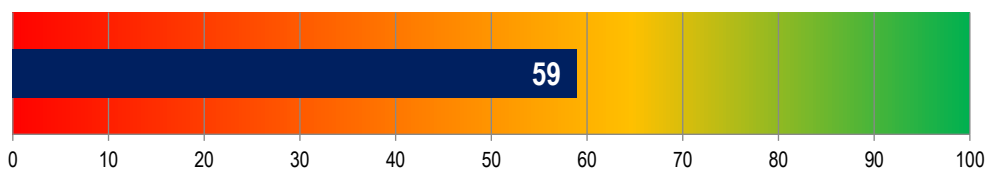
Bewertung aus Sicht des Veranstaltungsbesuchers



Bewertung aus Sicht des Entwicklers/Investors (Stadt)

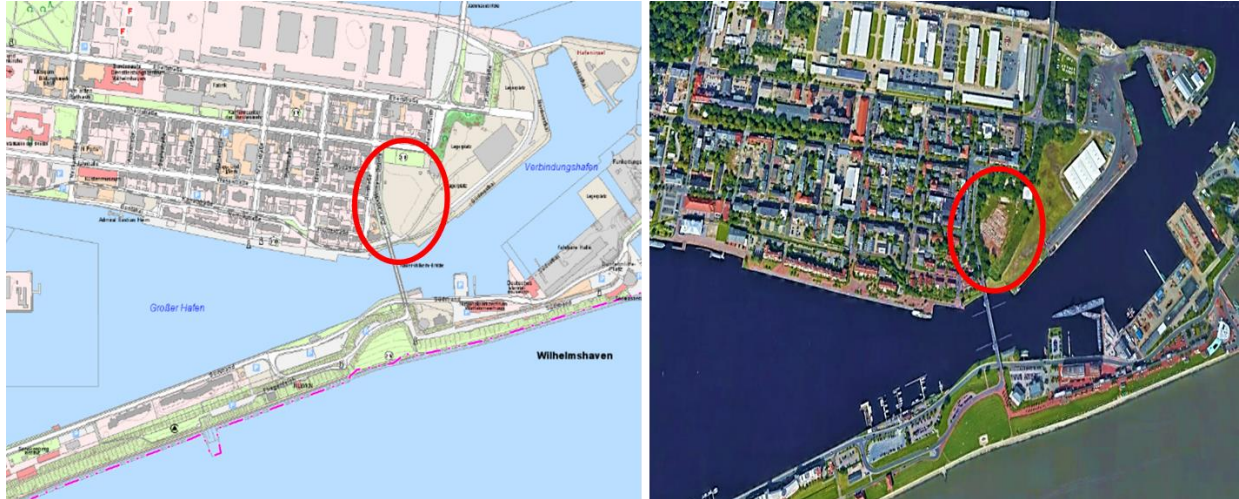


Punkte Standort-Eignung Gesamt



## 5.6 Bewertung Standort C / Südzentrale

Der Standort Südzentrale/Rheinstraße befindet sich unmittelbar an der Kaiser-Wilhelm-Brücke „Großen Hafen“. Das Areal des ehemaligen Kraftwerks, auf dem bis 2015 noch ein denkmalgeschütztes Jugendstilgebäude stand, ist aktuell eine Brachfläche, an die östlich ein Betriebsgebäude der Firma „Nordfrost“, nördlich ein Kinderspielplatz und westlich ein Wohngebiet anschließt.



Bewertung A: Allgemeine/Grundsätzliche Faktoren

Kriterien	Gewichtung	Bewertung	Anmerkung
Lage	3	2,5	Rheinstraße = ehemaliges Kraftwerksareal am „Großen Hafen“, Blickbeziehung Hafen positiv/stadtbildprägend aber Lage außerhalb des Innenstadtbereichs, keine fußläufige Erreichbarkeit des Bahnhofs
Grundstücksgröße	3	5,0	Grundstück mit 19.570 m <sup>2</sup> per se ausreichend groß für neue Stadthalle
Verfügbarkeit	3	3,0	Eigentum/Besitz des Areals liegt bei privatem Eigentümer
Bestandssituation Bebauung	2	2,5	Brachfläche, ggfs. zeitaufwendige Altlastensanierung erforderlich, Wohn-/Gewerbenutzung in unmittelbarer Nachbarschaft
Bebaubarkeit/ bauliche Eignung	3	2,5	Eignung für neue Entwicklung/Bebauung gegeben, Größe ausreichend aber Nutzung mit angrenzender Wohn-/Gewerbenutzung einschränkend
Lasten/Beschränkungen	3	3,0	Den Autoren unklar, ist zu klären
Altlasten	3	3,0	Den Autoren unklar, ist zu klären
Gebietseinordnung	3	4,0	Bau- und Nutzungsrechtliche Situation wird für Areal und Entwicklungen geschaffen
Nachbarrechtliche Aspekte	3	2,0	Wohn-/Gewerbenutzung sowie innerstädtische Lage erfordern Emissionsschutz, Verkehrsführung etc.
Anbindung an Infrastruktur	3	2,5	mit Ausnahme der Straßeninfrastruktur und lokalen Buslinie nicht gegeben

Gewichtung: 1 = weniger wichtig, 2 = wichtig, 3 = sehr wichtig

Bewertung: 0 = irrelevant, 1 = sehr schlecht, 2 = schlecht, 3 = durchschnittlich, 4 = gut, 5 = sehr gut

## Bewertung B: Nutzungsbezogene Faktoren/Betreibersicht

Kriterien	Gewichtung	Bewertung	Anmerkung
Mögliche Kapazität der Location	3	5,0	Abbildbarkeit der relevanten Größe zu Entwicklung einer neuen Stadthalle ist gegeben
Standort/Lage	3	2,0	Fußläufige Entfernung zur Innenstadt/Südstrand/Bahnhof nicht gegeben, Erreichbarkeit Pkw gut, fehlende Bezüge zur Innenstadt
Zu-, An-/Abfahrtssituation	3	2,5	Anfahrtssituation über Ebert-, Main- und Ahrstraße grundsätzlich gegeben, Zuwegung zum Areal bei erhöhtem Verkehrsaufkommen kritisch (Emissionen, Anwohner, Verkehrsfluss etc.)
Anliefersituation	3	3,0	Anliefersituation ausreichend groß und kann noch gestaltet werden, Lage am Wohngebiet macht ggfs. Lärmschutz notwendig, ggfs. Nutzungsbeschränkungen
Parkmöglichkeiten Anlieferverkehr	3	4,0	Stellplätze für Anlieferverkehr müssen/können noch ausgewiesen werden
Emissionen/Immissionen	3	3,0	Emissionsaspekte bei An-/Abfahrten von VA-Teilnehmern und Lieferverkehr relevant
Sichtbarkeit/ Präsenz öffentlicher Raum	3	2,5	Grundstück am Standort in exponierter Lage, Chance zur Entwicklung eines „Landmarks“, Sichtbarkeit aufgrund Lage außerhalb des Innenstadtbereichs und Nachbarschaft Betriebsgebäude „Nordfrost“ begrenzt
Frequenzpotenziale	2	2,5	Veranstaltungsunabhängige Fußgänger- und Beifahrerfrequenz durch Lage wenig gegeben, einzig durch Besucher Südstrand und Marinemuseum
Synergien mit anderen Nutzungen vor Ort	3	2,5	Kooperationsmöglichkeiten mit anderen Nutzungen vor Ort beschränkt, Hotels im Umkreis vorhanden, allerdings nur kleinere
Risiko Betriebsunterbrechung	3	5,0	Kein relevantes Risiko, da unabhängige Entwicklung
Entwicklungs- bzw. Erweiterungsmöglichkeiten Projektareal	2	2,5	Weitere Entwicklungen grundsätzlich möglich, aber auch abhängig von benachbarter Wohn-/Gewerbenutzung

## Bewertung C: aus Sicht des Veranstaltungsteilnehmers/Besuchers

Kriterien	Gewichtung	Bewertung	Anmerkung
Erreichbarkeit mit Individualverkehr	3	2,5	Zufahrtssituation Pkw gut, fußläufige Erreichbarkeit Innenstadt schlecht
Erreichbarkeit mit ÖPNV	3	4,0	Erreichbarkeit mit ÖPNV gegeben
Parkmöglichkeiten	3	3,0	Stellplätze müssen auf dem Areal geschaffen werden, Situation/Planung und Abbildbarkeit auf Areal unklar
Entfernung Stadtzentrum/ touristischen Highlights	2	2,0	Keine direkte, fußläufige Entfernung zur Innenstadt
Nähe/Anbindung Hotelangebote	3	2,5	Kleinere Hotels im Umkreis vorhanden, größere Hotels (Atlantic, B&B) in nicht mehr fußläufiger Entfernung
Ambiente, Umfeld	2	3,0	Altstadt in westlicher Ausrichtung, Gewerbe in westlicher Ausrichtung, Hafen südlich
Image/Eindruck des Standortes	2	3,0	Hafen/Gewerbe – urban/industriell/maritim, Kaiser-Wilhelm-Brücke, Südstrand und Promenade in Laufnähe

Gewichtung: 1 = weniger wichtig, 2 = wichtig, 3 = sehr wichtig

Bewertung: 0 = irrelevant, 1 = sehr schlecht, 2 = schlecht, 3 = durchschnittlich, 4 = gut, 5 = sehr gut

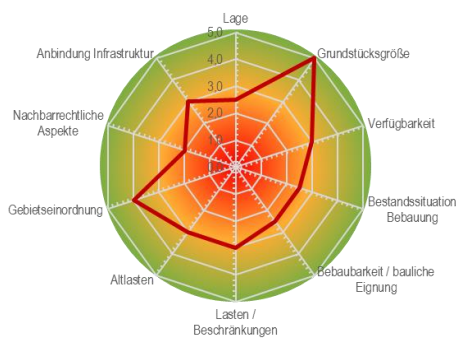
Bewertung D: aus Sicht des Entwicklers/Investors (Stadt)

Kriterien	Gewichtung	Bewertung	Anmerkung
Investitionsintensität	3	2,0	Ggfs. zeit-/Kostenintensive Sanierung wg. Altlastenaspekten erforderlich, erhöhte Investitionskosten für Stellplätze und Emissionsschutz
Synergien mit anderen Nutzungen vor Ort	3	2,5	Wenig Synergien möglich/vorhanden, da Wohnnutzung und Gewebearial unmittelbar anschließend, Gastronomie/Hotels erst wieder am Südstrand oder Innenstadt
Städtebauliche Bedeutung	3	3,0	Chancen zur Entwicklung einer außergewöhnlichen Location aufgrund Lage gegeben, Sichtbarkeit/Präsenz aufgrund Nachbarnutzungen beschränkt
Entwicklungs- und Erweiterungsmöglichkeiten Projektareal	3	4,0	Entwicklungsmöglichkeiten sind in Abhängigkeit der Grundstückssituation gegeben
Anbindung an lokale Infrastruktur	3	5,0	Gesamtquartier und Grundstück selbst sind voll erschlossen
Emissionen und Immissionen	3	2,5	Maßnahmen erforderlich, da Nähe zu Wohn-/Gewerbenutzung, öffentlicher Straßenraum
Stellplatzsituation	3	2,0	Maßnahmen für ruhenden und fließenden Verkehr erforderlich

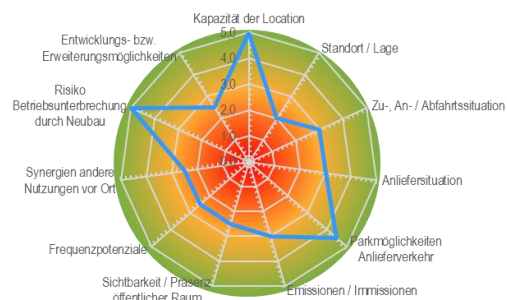
Gewichtung: 1 = weniger wichtig, 2 = wichtig, 3 = sehr wichtig

Bewertung: 0 = irrelevant, 1 = sehr schlecht, 2 = schlecht, 3 = durchschnittlich, 4 = gut, 5 = sehr gut

Bewertung grundsätzliche Faktoren



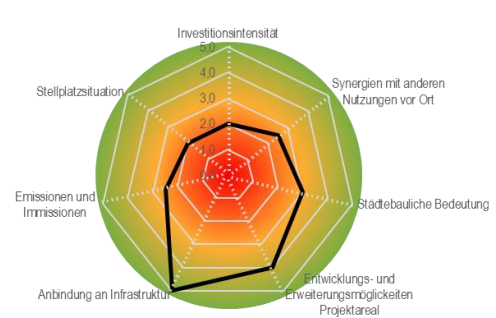
Bewertung aus Sicht des Betreibers



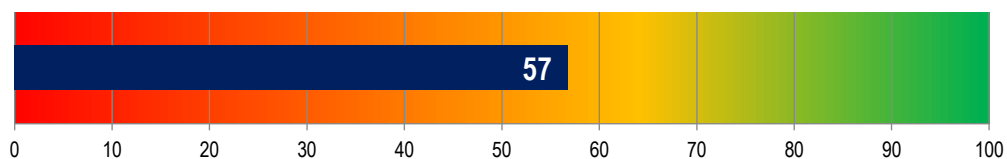
Bewertung aus Sicht des Veranstaltungsbesuchers



Bewertung aus Sicht des Entwicklers/Investors (Stadt)



Punkte Standort-Eignung Gesamt

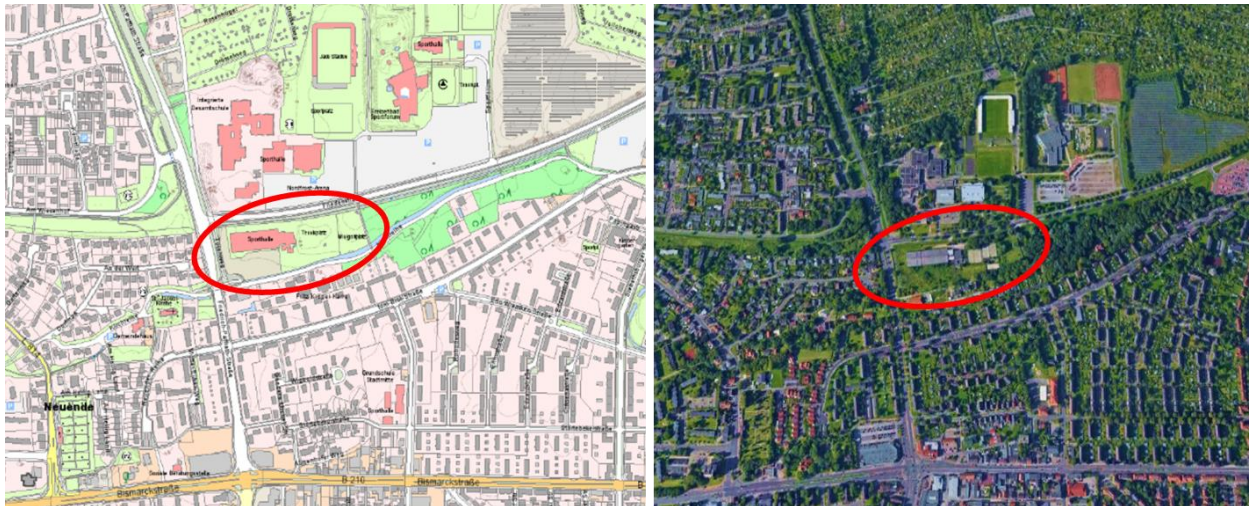




## 5.7 Bewertung Standort D / WTB

Der Standort der ehemaligen Tennisanlage des Wilhelmshavener Turnerbunds (WTB) an der Friedenstraße 100 ist ein weiterer, möglicher Standort für eine neue Stadthalle. Das rund 31.000 m<sup>2</sup> große Areal liegt ca. 3 Kilometer von Bahnhof Wilhelmshaven entfernt, vis-a-vis der Integrierten Gesamtschule IGS-Wilhelmshaven, der Nordfrost-Arena (Heimstätte des Handballvereins Wilhelmshavener HV (2. Bundesliga), die auch für den Schul-, Vereins- und Breitensport genutzt wird) und des Nautimo Erlebnisbads. Während die ehemaligen Außenplätze nicht mehr für den Tennissport genutzt werden, wird die ehemalige Tennishalle noch vom Jade-Boxring 35 e.V. als Trainingsstätte genutzt (2020).

Auf einer Teilfläche dieses städtischen Areals befindet sich bereits eine KiTa.



Bewertung A: Allgemeine/Grundsätzliche Faktoren

Kriterien	Gewichtung	Bewertung	Anmerkung
Lage	3	2,5	Friedenstraße = südliche Grenze des Rüstringer Stadtparks mit Schulzentrum, Nordfrost-Arena und Freizeitbad – wenig direkte Beziehungen zur Innenstadt, eher Schul-, Freizeit- und Wohngegend Lage außerhalb des Innenstadtbereichs, keine fußläufige Erreichbarkeit des Bahnhofs
Grundstücksgröße	3	2,0	Grundstück per se ausreichend groß für neue Stadthalle, aber Teilflächen bereits mit einer KiTa belegt.
Verfügbarkeit	3	5,0	Eigentum/Besitz des Areals liegt bei Stadt
Bestandssituation Bebauung	2	3,0	Im Bestand noch alte Sportanlage und -halle, Rückbau erforderlich, Wohn-/Schulnutzung in unmittelbarer Nachbarschaft
Bebaubarkeit/ bauliche Eignung	3	2,5	Eignung für neue Entwicklung/Bebauung gegeben, Stadthallennutzung mit angrenzender Wohnnutzung ebenso einschränkend, wie u. U. durch KiTa/Schule
Lasten/Beschränkungen	3	3,0	Den Autoren unklar, ist zu klären
Alllasten	3	3,0	Den Autoren unklar, ist zu klären
Gebietseinordnung	3	3,0	Bau- und Nutzungsrechtliche Situation ist zu klären
Nachbarrechtliche Aspekte	3	3,0	Wohn-/Schulnutzung erfordern Emissionsschutz, Verkehrsführung etc.
Anbindung an Infrastruktur	3	3,0	mit Ausnahme der Straßeninfrastruktur und lokalen Buslinie gegeben

Gewichtung: 1 = weniger wichtig, 2 = wichtig, 3 = sehr wichtig

Bewertung: 0 = irrelevant, 1 = sehr schlecht, 2 = schlecht, 3 = durchschnittlich, 4 = gut, 5 = sehr gut



## Bewertung B: Nutzungsbezogene Faktoren/Betreibersicht

Kriterien	Gewichtung	Bewertung	Anmerkung
Mögliche Kapazität der Location	3	3,0	Abbildbarkeit der relevanten Größe zu Entwicklung einer neuen Stadthalle aufgrund KiTa-Gebäude ggfs. eingeschränkt/nicht gegeben
Standort/Lage	3	2,5	Fußläufige Entfernung zur Innenstadt/Südstrand/Bahnhof nicht gegeben, Erreichbarkeit Pkw gut, „Bündelung“ VA-Kapazitäten vor Ort durch Nähe zur Nordfrost-Arena inhaltlich möglich, aber innenstadtfremd
Zu-, An-/Abfahrtsituation	3	4,0	Anfahrtsituation über Friedrich-Paffrath-Straße gegeben, Zuwegung zum Areal auch bei erhöhtem Verkehrsaufkommen durch Straßenverlauf an zwei Grundstücksseiten grundsätzlich gut – Positionierung Halle auf Grundstück entscheidend
Anliefersituation	3	3,0	Anliefersituation ausreichend groß und kann noch gestaltet werden, Lage am Wohngebiet macht ggfs. Lärmschutz notwendig, ggfs. Nutzungsbeschränkungen
Parkmöglichkeiten Anlieferverkehr	3	4,5	Stellplätze für Anlieferverkehr müssen/können noch ausgewiesen werden
Emissionen/Immissionen	3	3,0	Emissionsaspekte bei An-/Abfahrten von VA-Teilnehmern und Lieferverkehr relevant
Sichtbarkeit/ Präsenz öffentlicher Raum	3	2,5	Grundstück am Standort in exponierter Lage, Chance zur Entwicklung eines "Landmarks", Sichtbarkeit aufgrund Lage außerhalb des Innenstadtbereichs und Nachbarschaft IGS/KiTa begrenzt
Frequenzpotenziale	2	2,0	Veranstaltungsunabhängige Fußgänger- und Beifahrerfrequenz durch Lage wenig gegeben, gezielte Anfahrt/Steuerung erforderlich
Synergien mit anderen Nutzungen vor Ort	3	2,5	Kooperationsmöglichkeiten mit anderen Nutzungen, wie Nordfrost-Arena und Erlebnisbad möglich, Gastronomie/Hotels etc. im Umkreis nicht vorhanden
Risiko Betriebsunterbrechung	3	5,0	Kein relevantes Risiko, da unabhängige Entwicklung
Entwicklungs- bzw. Erweiterungsmöglichkeiten Projektareal	2	2,5	Weitere Entwicklungen grundsätzlich möglich, aber auch abhängig von KiTa-/Schulentwicklung und benachbarter Wohn-/Gewerbenutzung

## Bewertung C: aus Sicht des Veranstaltungsteilnehmers/Besuchers

Kriterien	Gewichtung	Bewertung	Anmerkung
Erreichbarkeit mit Individualverkehr	3	2,5	Zufahrtssituation Pkw gut, fußläufige Erreichbarkeit Innenstadt schlecht
Erreichbarkeit mit ÖPNV	3	4,0	Erreichbarkeit mit ÖPNV gegeben
Parkmöglichkeiten	3	4,0	Stellplätze müssen auf dem Areal geschaffen werden, Situation/Planung unklar, Nutzung Parkplätze Schule/Arena/Sportforum ist zu prüfen
Entfernung Stadtzentrum/ touristischen Highlights	2	2,0	Keine direkte, fußläufige Entfernung zur Innenstadt
Nähe/Anbindung Hotelangebote	3	1,0	Keine Hotels > 20 Zimmer im Umkreis vorhanden
Ambiente, Umfeld	2	3,0	Schule, Nordfrost-Arena und Erlebnisbad, Wohnen in südlicher und westlicher Ausrichtung
Image/Eindruck des Standortes	2	3,0	„viel Grün – wenig urban“

Gewichtung: 1 = weniger wichtig, 2 = wichtig, 3 = sehr wichtig

Bewertung: 0 = irrelevant, 1 = sehr schlecht, 2 = schlecht, 3 = durchschnittlich, 4 = gut, 5 = sehr gut

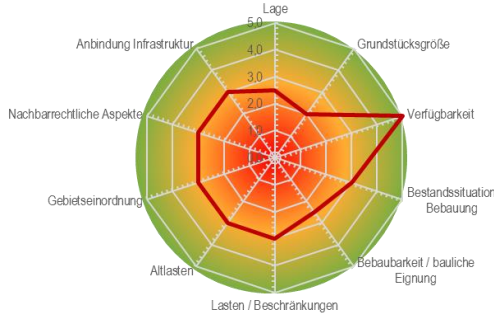
Bewertung D: aus Sicht des Entwicklers/Investors (Stadt)

Kriterien	Gewichtung	Bewertung	Anmerkung
Investitionsintensität	3	3,0	Rückbau Bestand, ggfs. erhöhte Investitionskosten für Stellplätze und Emissionsschutz ggü. KiTa/Schule & Wohnen
Synergien mit anderen Nutzungen vor Ort	3	2,5	Synergien mit Nordfrost-Arena und Erlebnisbad grundsätzlich möglich, Wohnnutzung und Schule weniger relevant, Gastronomie/Hotels erst wieder in der Innenstadt
Städtebauliche Bedeutung	3	3,5	Chancen zur Entwicklung einer außergewöhnlichen Location aufgrund Lage gegeben, Sichtbarkeit/Präsenz aufgrund Nachbarnutzungen KiTa/Schule ggfs. beschränkt
Entwicklungs- und Erweiterungsmöglichkeiten Projektareal	3	2,0	Entwicklungsmöglichkeiten sind wg. KiTa-/Schulentwicklung kaum gegeben
Anbindung an lokale Infrastruktur	3	4,0	Gesamtquartier und Grundstück selbst sind erschlossen
Emissionen und Immissionen	3	2,5	Maßnahmen erforderlich, da Nähe zu Wohn-/Gewerbenutzung, öffentlicher Straßenraum
Stellplatzsituation	3	2,0	Maßnahmen für ruhenden und fließenden Verkehr erforderlich

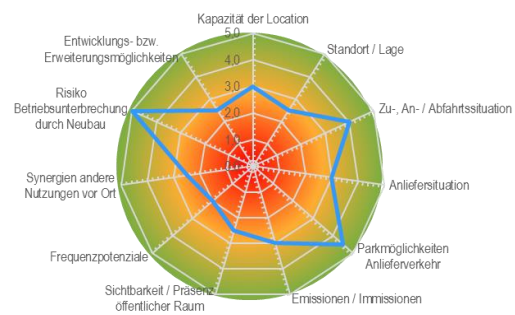
Gewichtung: 1 = weniger wichtig, 2 = wichtig, 3 = sehr wichtig

Bewertung: 0 = irrelevant, 1 = sehr schlecht, 2 = schlecht, 3 = durchschnittlich, 4 = gut, 5 = sehr gut

Bewertung grundsätzliche Faktoren



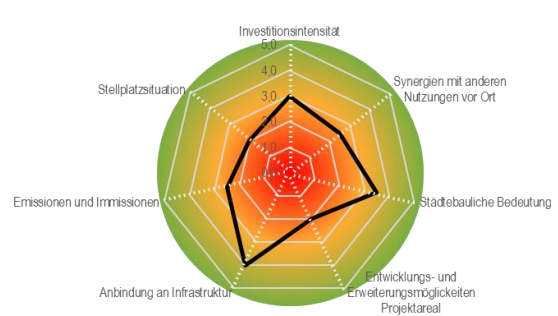
Bewertung aus Sicht des Betreibers



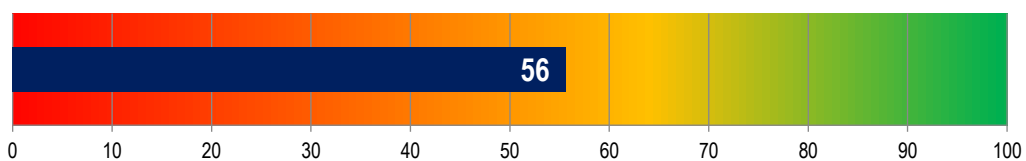
Bewertung aus Sicht des Veranstaltungsbesuchers



Bewertung aus Sicht des Entwicklers/Investors (Stadt)



Punkte Standort-Eignung Gesamt



## 5.8 Bewertung Standort E / Geniusbank

Der Standort „Geniusbank“ liegt an der Arthur-Grunewald-Straße (ehemals Posener Straße), unmittelbar angrenzend an das JadeWeserPort-InfoCenter und den Voslapper Leuchtturm direkt am JadeWeser-Port, ca. 8,7 Kilometer von Bahnhof Wilhelmshaven entfernt. Das knapp 150.000 m<sup>2</sup> große Areal ist im Besitz der Stadt und wurde bis 2004 als Campingplatz genutzt.



Bewertung A: Allgemeine/Grundsätzliche Faktoren

Kriterien	Gewichtung	Bewertung	Anmerkung
Lage	3	0	Lage am JadeWeser-Port für eine Stadthalle ungeeignet, da weder zentrumsnah noch logistisch gut zu erreichen und für eine Stadthalle angemessen
Grundstücksgröße	3	5,0	Grundstück mit über 149.000 m <sup>2</sup> mehr als ausreichend groß für neue Stadthalle
Verfügbarkeit	3	5,0	Eigentum/Besitz des Areals liegt bei Stadt
Bestandssituation Bebauung	2	3,5	Im Bestand Brachfläche, Rückbau von möglichen Restbauten/ Fundamenten ggfs. erforderlich
Bebaubarkeit/ bauliche Eignung	3	0,5	Eignung für neue Entwicklung/Bebauung grundsätzlich gegeben, Areal ist aber für Stadthallenentwicklung aufgrund Lage und Umfeld nicht geeignet
Lasten/Beschränkungen	3	3,0	Den Autoren unklar, ist zu klären
Alllasten	3	3,0	Den Autoren unklar, ist zu klären
Gebietseinordnung	3	3,0	Bau- und Nutzungsrechtliche Situation ist zu klären
Nachbarrechtliche Aspekte	3	3,0	Situation Emissionsschutz, Verkehrsführung etc. ist zu klären
Anbindung an Infrastruktur	3	2,5	mit Ausnahme der Straßeninfrastruktur und lokalen Buslinie gegeben

Gewichtung: 1 = weniger wichtig, 2 = wichtig, 3 = sehr wichtig

Bewertung: 0 = irrelevant, 1 = sehr schlecht, 2 = schlecht, 3 = durchschnittlich, 4 = gut, 5 = sehr gut

## Bewertung B: Nutzungsbezogene Faktoren/Betreibersicht

Kriterien	Gewichtung	Bewertung	Anmerkung
Mögliche Kapazität der Location	3	5,0	Abbildbarkeit der relevanten Größe zu Entwicklung einer neuen Stadthalle grundsätzlich gegeben
Standort/Lage	3	0	Lage für eine Stadthallenentwicklung ungeeignet
Zu-, An-/Abfahrtssituation	3	4,0	Anfahrtssituation über Arthur-Grunewald-Straße gegeben, Zuwegung zum Areal auch bei erhöhtem Verkehrsaufkommen durch Straßenverlauf grundsätzlich gut – Positionierung Halle auf Grundstück entscheidend
Anliefersituation	3	5,0	Anliefersituation ausreichend groß und kann noch gestaltet werden
Parkmöglichkeiten Anlieferverkehr	3	5,0	Stellplätze für Anlieferverkehr müssen/können noch ausgewiesen werden
Emissionen/Immissionen	3	5,0	Keine relevanten Emissionsaspekte bei An-/Abfahrten von VA-Teilnehmern und Lieferverkehr
Sichtbarkeit/Präsenz öffentlicher Raum	3	1,0	Grundstück am Standort in exponierter Lage, Chance zur Entwicklung eines "Landmarks", Sichtbarkeit aufgrund Lage außerhalb des Innenstadtbereichs kaum gegeben
Frequenzpotenziale	2	0	Keine/kaum veranstaltungsunabhängige Fußgänger- und Beifahrerfrequenz durch Lage, gezielte Anfahrt/Steuerung erforderlich
Synergien mit anderen Nutzungen vor Ort	3	0	Keine Kooperationsmöglichkeiten mit anderen Nutzungen möglich, da nicht vorhanden. Gastronomie/Hotels etc. im Umkreis fehlen
Risiko Betriebsunterbrechung	3	5,0	Kein relevantes Risiko, da unabhängige Entwicklung
Entwicklungs- bzw. Erweiterungsmöglichkeiten Projektareal	2	1,0	Weitere Entwicklungen grundsätzlich möglich, aber lagebedingt mehr als fraglich

## Bewertung C: aus Sicht des Veranstaltungsteilnehmers/Besuchers

Kriterien	Gewichtung	Bewertung	Anmerkung
Erreichbarkeit mit Individualverkehr	3	1,5	Zufahrtssituation Pkw ausreichend, fußläufige Erreichbarkeit Innenstadt sehr schlecht/nicht gegeben
Erreichbarkeit mit ÖPNV	3	2,0	Erreichbarkeit mit ÖPNV gegeben, aber lange Fahrzeit
Parkmöglichkeiten	3	3,0	Stellplätze müssen auf dem Areal geschaffen werden, Situation/Planung unklar
Entfernung Stadtzentrum/ touristischen Highlights	2	0	Keine direkte, fußläufige Entfernung zur Innenstadt
Nähe/Anbindung Hotelangebote	3	0	Keine Hotels > 20 Zimmer im Umkreis vorhanden
Ambiente, Umfeld	2	1,5	Industriehafen
Image/Eindruck des Standortes	2	2,0	„viel Grün – wenig urban“

Gewichtung: 1 = weniger wichtig, 2 = wichtig, 3 = sehr wichtig

Bewertung: 0 = irrelevant, 1 = sehr schlecht, 2 = schlecht, 3 = durchschnittlich, 4 = gut, 5 = sehr gut

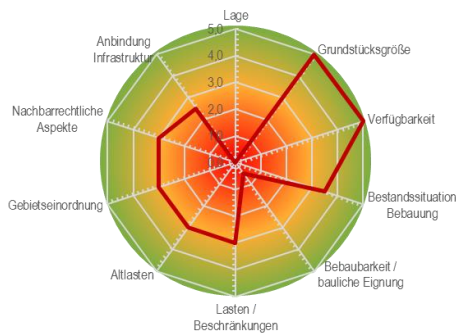
Bewertung D: aus Sicht des Entwicklers/Investors (Stadt)

Kriterien	Gewichtung	Bewertung	Anmerkung
Investitionsintensität	3	3,0	Wenig Rückbau Bestand, ggfs. erhöhte Investitionskosten für Stellplätze und Emissionsschutz
Synergien mit anderen Nutzungen vor Ort	3	0	Keine Synergien möglich, da keine relevanten Nutzungen vor Ort
Städtebauliche Bedeutung	3	1,0	Chancen zur Entwicklung einer außergewöhnlichen Location aufgrund Lage gegeben, Sichtbarkeit/Präsenz aufgrund innenstadtferner Lage kaum/nicht gegeben
Entwicklungs- und Erweiterungsmöglichkeiten Projektareal	3	1,5	Entwicklungsmöglichkeiten sind grundsätzlich aufgrund Grundstücksgröße gegeben, dagegen sprechen allerdings die Lage, die baurechtliche Situation, die Attraktivität für Drittnutzungen etc.
Anbindung an lokale Infrastruktur	3	3,0	Gesamtquartier und Grundstück selbst sind erschlossen
Emissionen und Immissionen	3	4,0	Wenig/keine Maßnahmen erforderlich
Stellplatzsituation	3	3,0	Maßnahmen für ruhenden und fließenden Verkehr erforderlich

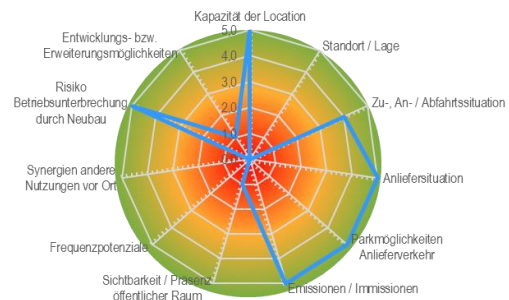
Gewichtung: 1 = weniger wichtig, 2 = wichtig, 3 = sehr wichtig

Bewertung: 0 = irrelevant, 1 = sehr schlecht, 2 = schlecht, 3 = durchschnittlich, 4 = gut, 5 = sehr gut

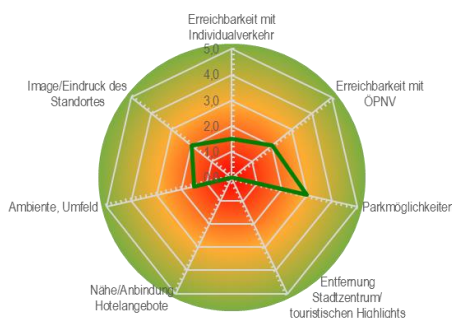
Bewertung grundsätzliche Faktoren



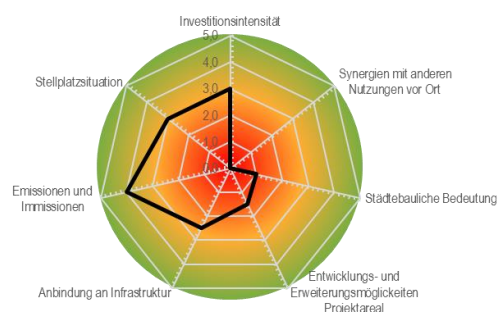
Bewertung aus Sicht des Betreibers



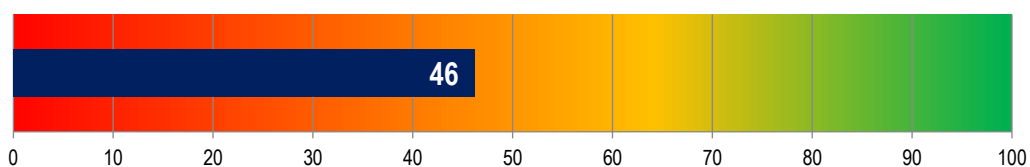
Bewertung aus Sicht des Veranstaltungsbesuchers



Bewertung aus Sicht des Entwicklers/Investors (Stadt)



Punkte Standort-Eignung Gesamt





## 5.9 Bewertung Standort F / TCN

Der Standort des Technologie Centrums Nordwest (TCN) liegt außerhalb der Stadt Wilhelmshaven an der Olympiastraße in Roffhausen, nahe des Autobahnkreuzes Wilhelmshaven, ca. 6,2 Kilometer vom Bahnhof Wilhelmshaven entfernt. Das im Privateigentum befindliche Areal, auf dem bis Mitte der 1990er Jahre der Büromaschinenhersteller AEG Olympia angesiedelt war, ist mittlerweile Industrie- und Unternehmensstandort von diversen Firmen.



Bewertung A: Allgemeine/Grundsätzliche Faktoren

Kriterien	Gewichtung	Bewertung	Anmerkung
Lage	3	0	Olympiastraße/TCN = Gewerbestandort mit diversen Bestandsgebäuden und Brachflächen weit außerhalb des Innenstadtbereichs Wilhelmshavens – Standort für eine Stadthalle ungeeignet
Grundstücksgröße	3	3,0	Grundstück erscheint per se ausreichend groß für neue Stadthalle, Bestandsbebauung schränkt allerdings Bebaubarkeit wegen Feuerwehrumfahrung, Abstandsflächen etc. ein
Verfügbarkeit	3	3,0	Eigentum/Besitz des Areals liegt bei privatem Eigentümer
Bestandssituation Bebauung	2	2,5	Bestandsbebauung mit diversen Büro-, Produktions- und Lagergebäuden
Bebaubarkeit/bauliche Eignung	3	0,5	Eignung für neue Entwicklung/Bebauung grundsätzlich gegeben, Areal ist aber für Stadhallenentwicklung aufgrund Lage und Umfeld nicht geeignet
Lasten/Beschränkungen	3	3,0	Den Autoren unklar, ist zu klären
Alllasten	3	3,0	Den Autoren unklar, ist zu klären
Gebietseinordnung	3	3,0	Bau- und Nutzungsrechtliche Situation ist zu klären
Nachbarrechtliche Aspekte	3	2,5	Wohn-/Gewerbenutzung sowie Lage erfordern Emissionsschutz, Verkehrsführung etc.
Anbindung an Infrastruktur	3	3,0	durch Bestandsbebauung bereits gegeben

Gewichtung: 1 = weniger wichtig, 2 = wichtig, 3 = sehr wichtig

Bewertung: 0 = irrelevant, 1 = sehr schlecht, 2 = schlecht, 3 = durchschnittlich, 4 = gut, 5 = sehr gut

## Bewertung B: Nutzungsbezogene Faktoren/Betreibersicht

Kriterien	Gewichtung	Bewertung	Anmerkung
Mögliche Kapazität der Location	3	3,0	Abbildbarkeit der relevanten Größe zu Entwicklung einer neuen Stadthalle ist aufgrund Bestandsbebauung zu prüfen
Standort/Lage	3	0	Lage für eine Stadthallenentwicklung ungeeignet
Zu-, An-/Abfahrtsituation	3	4,0	Anfahrtsituation über Bundesstraße aus dem Stadtgebiet grundsätzlich gegeben, aber zeitaufwendig, Zuwegung zum Areal auch bei erhöhtem Verkehrsaufkommen durch Straßenverlauf grundsätzlich gut – Positionierung Halle auf Grundstück entscheidend
Anliefersituation	3	4,0	Anliefersituation ist aufgrund Bestandsbebauung zu prüfen und kann noch gestaltet werden
Parkmöglichkeiten Anlieferverkehr	3	4,0	Stellplätze für Anlieferverkehr müssen/können noch ausgewiesen werden
Emissionen/Immissionen	3	5,0	Keine relevanten Emissionsaspekte bei An-/Abfahrten von VA-Teilnehmern und Lieferverkehr
Sichtbarkeit/ Präsenz öffentlicher Raum	3	1,0	Grundstück am Standort in exponierter Lage, Chance zur Entwicklung eines "Landmarks", Sichtbarkeit aufgrund Lage außerhalb des Innenstadtbereichs kaum gegeben
Frequenzpotenziale	2	0,5	Keine/kaum veranstaltungsunabhängige Fußgänger- und Beifahrerfrequenz durch Lage, gezielte Anfahrt/Steuerung erforderlich
Synergien mit anderen Nutzungen vor Ort	3	1,5	Wenig Kooperationsmöglichkeiten mit anderen Nutzungen möglich, da nicht vorhanden. Gastronomie/Hotels etc. im Umkreis fehlen
Risiko Betriebsunterbrechung	3	5,0	Kein relevantes Risiko, da unabhängige Entwicklung
Entwicklungs- bzw. Erweiterungsmöglichkeiten Projektareal	2	1,0	Weitere Entwicklungen grundsätzlich möglich, aber lagebedingt mehr als fraglich

## Bewertung C: aus Sicht des Veranstaltungsteilnehmers/Besuchers

Kriterien	Gewichtung	Bewertung	Anmerkung
Erreichbarkeit mit Individualverkehr	3	0,5	Zufahrtssituation Pkw ausreichend, fußläufige Erreichbarkeit Innenstadt nicht gegeben
Erreichbarkeit mit ÖPNV	3	2,0	Erreichbarkeit mit ÖPNV gegeben, aber lange Fahrzeit
Parkmöglichkeiten	3	3,0	Stellplätze müssen auf dem Areal geschaffen werden, Situation/Planung unklar
Entfernung Stadtzentrum/ touristischen Highlights	2	0,5	Keine direkte, fußläufige Entfernung zur Innenstadt
Nähe/Anbindung Hotelangebote	3	0,5	Keine Hotels > 20 Zimmer im Umkreis vorhanden
Ambiente, Umfeld	2	1,5	Gewerbestandort
Image/Eindruck des Standortes	2	1,5	„viel Gewerbe – wenig urban“, „weit draußen/nicht Wilhelmshaven“

Gewichtung: 1 = weniger wichtig, 2 = wichtig, 3 = sehr wichtig

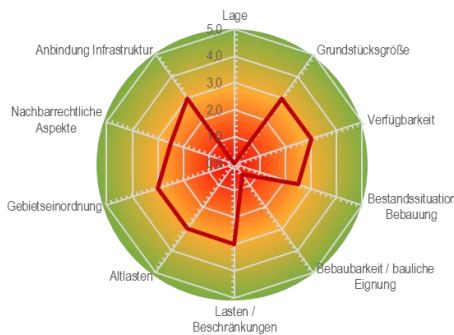
Bewertung: 0 = irrelevant, 1 = sehr schlecht, 2 = schlecht, 3 = durchschnittlich, 4 = gut, 5 = sehr gut

Bewertung D: aus Sicht des Entwicklers/Investors (Stadt)

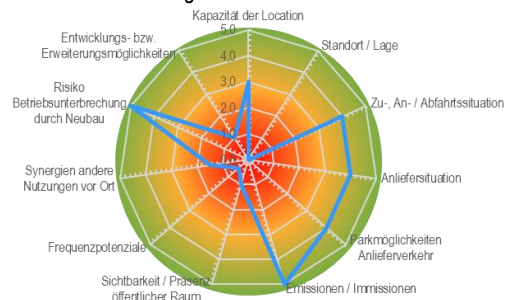
Kriterien	Gewichtung	Bewertung	Anmerkung
Investitionsintensität	3	3,0	Rückbau Bestand prüfbedürftig, ggfs. erhöhte Investitionskosten für Stellplätze und Emissionsschutz
Synergien mit anderen Nutzungen vor Ort	3	2,0	Wenig Synergien möglich, da keine relevanten Nutzungen vor Ort
Städtebauliche Bedeutung	3	1,0	Chancen zur Entwicklung einer außergewöhnlichen Location aufgrund Lage gegeben, Sichtbarkeit/Präsenz aufgrund innenstadtferner Lage kaum/nicht gegeben
Entwicklungs- und Erweiterungsmöglichkeiten Projektareal	3	2,5	Entwicklungsmöglichkeiten sind grundsätzlich aufgrund Grundstücksgröße und Drittnutzungen auf dem Areal geben, dagegen sprechen allerdings die Lage, die baurechtliche Situation, etc.
Anbindung an lokale Infrastruktur	3	3,0	Gesamtquartier und Grundstück selbst sind erschlossen
Emissionen und Immissionen	3	3,0	Maßnahmen erforderlich
Stellplatzsituation	3	2,5	Maßnahmen für ruhenden und fließenden Verkehr erforderlich

Gewichtung: 1 = weniger wichtig, 2 = wichtig, 3 = sehr wichtig  
 Bewertung: 0 = irrelevant, 1 = sehr schlecht, 2 = schlecht, 3 = durchschnittlich, 4 = gut, 5 = sehr gut

Bewertung grundsätzliche Faktoren



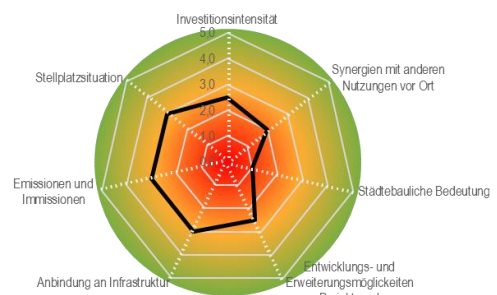
Bewertung aus Sicht des Betreibers



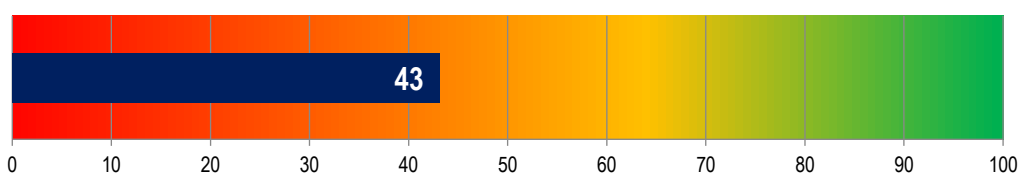
Bewertung aus Sicht des Veranstaltungsbesuchers



Bewertung aus Sicht des Entwicklers/Investors (Stadt)



Punkte Standort-Eignung Gesamt

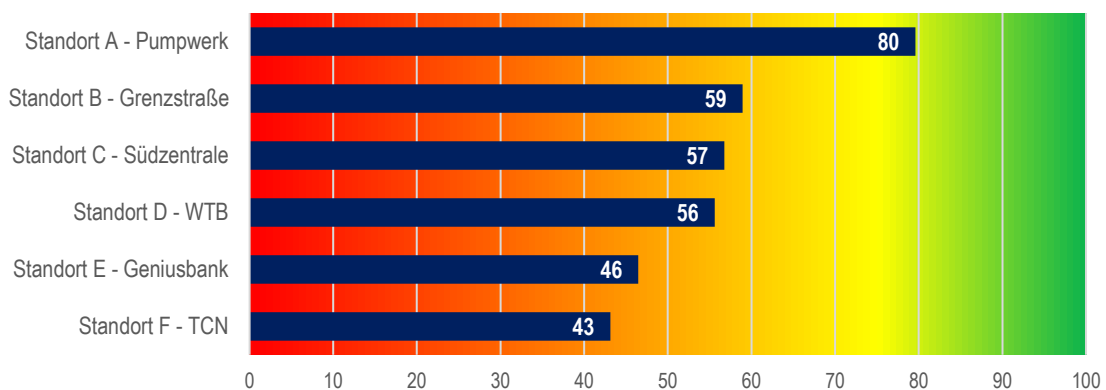


## 5.10 Fazit Standortbewertung

Von den im Rahmen dieser Ausarbeitung betrachteten, möglichen Standorten für eine neue Stadthalle Wilhelmshaven sind nicht alle zur Realisierung eines derartigen Projektes geeignet. So sind bei einigen der untersuchten Standorte z. T. erhebliche Schwächen und Einschränkungen insbesondere im Hinblick auf die für eine derartige Entwicklung und den späteren Betrieb der Stadthalle notwendigen Grundvoraussetzungen, wie die Lage des Projektstandortes, dessen Erschließungs- und Logistiksituation, bau- und genehmigungsrechtlichen Risiken, die Möglichkeiten zur Verkehrssteuerung und das Standortumfeld vorhanden, die eine Entwicklung als wenig sinnvoll, sehr herausfordernd und/oder als sehr kostenintensiv erscheinen lassen.

Bewertung Standorteignung (Punkte aus Einzelbewertung je Standort/Perspektive)

Bewertung	aus Sicht				Gesamt [% vom Max.]
	Grundsätzliches	Betreiber	VA-Besucher	Investor	
Standort A - Pumpwerk	117	144	80	78	80
Standort B - Grenzstraße	98	80	71	62	59
Standort C - Südzentrale	85	99	52	63	57
Standort D - WTB	84	99	51	59	56
Standort E - Geniusbank	79	92	27	47	46
Standort F - TCN	65	86	25	51	43



Vor dem Hintergrund der gewählten Kriterien erscheint der Standort am Pumpwerk als Standort für eine neue Stadthalle als der geeignetste.

So sprechen insbesondere Aspekte, wie die Lage am Ems-Jade-Kanal, die Bebaubarkeit des Areals, die Sichtbarkeit und räumliche Beziehung zur Innenstadt sowie die umliegenden, für Veranstaltungen und den Betrieb des Hauses attraktiven und auch die Entwicklungskosten beeinflussenden Drittnutzen für diesen Standort (Stichwort: Synergien Pumpwerk). Hinzu kommen die städtebaulichen Maßnahmen, die mit der Entwicklung des Gesamtquartiers Jadeallee/Wiesbadenbrücke in den kommenden Jahren erfolgen werden. Diese bedeuten einen neuen, urbanen Impuls auch für dieses Gebiet, welches sich zu einem neuen, attraktiven Stadtteil entwickeln wird – ein Stadtteil für Wilhelmshavener Bürger und Touristen mit den stadtbildprägenden Leuchtturmeinrichtungen TWWP, Pumpwerk (und Stadthalle).

Die zeit- und kostenaufwendigen Rückbaumaßnahmen beim Bestandsgebäude am Standort Grenzstraße/ Ecke Peterstraße, aufwendige Emissionsschutzmaßnahmen (Stichwort: Wohnnutzungen in unmittelbarer Nachbarschaft) sowie beschränkte Entwicklungsmöglichkeiten widersprechen der Entwicklung einer neuen Stadthalle am Standort Grenzstraße. Hinzu kommen logistik- und verkehrsbezogene Aspekte, sowie auch baulich/planerische Argumente (Stichwort: Abstandsflächen, Feuerwehrumfahrung, Höhenentwicklung), die deutlich gegen diesen Standort sprechen. Die Stadt sollte vielmehr die Möglichkeit nutzen, das inner-städtische Areal des JadeZentrums einer neuen, urbanen Mischnutzung aus Wohnen- und Gewerbe zuzuführen

und aus möglichen Gewinnen (bei Verkauf von Teileigentum) und/oder Erträgen (bei Vermietung) die Entwicklung des Areals am Pumpwerk zu finanzieren.

Gegen die anderen Standorte sprechen insbesondere Aspekte, wie die Grundstücksgrößen und Eigentumsverhältnisse (Südzentrale), die innenstadtfernen Lagen (Geniusbank, TCN) und anderweitige Nutzungsüberlegungen (WTB).

- ▶ Nach Abwägung der im Rahmen dieser Studie aufgeführten Faktoren wird das Grundstück „am Pumpwerk“ als Standort für eine neue Stadthalle empfohlen



## 6 KOSTENERMITTLUNG

### 6.1 Vorbemerkung

Das Projekt befindet sich zum Zeitpunkt dieser Studie in der Phase der Erarbeitung erster Grundlagen, die im Bedarfsfall im Rahmen der üblichen Leistungsphasen der HOAI (Honorarordnung für Architekten und Ingenieure) im Anschluss an diese Studie weiter konkretisiert und ausgearbeitet werden können.

Die in diesem Dokument enthaltenen, ermittelten und abgeleiteten baulichen Rahmenparameter, Raumprogramme, Kosten und sonstigen Größen basieren auf Grundlage unserer Erfahrungen in anderen Projekten und öffentlich zugänglichen Referenzwerten. Sie stellen keine belastbare Kostenschätzung/-ermittlung u. ä. im planerischen, baufachlichen Sinne oder vergleichbaren Ingenieurleistungen (gem. HOAI) dar und dienen ausschließlich als Orientierungsgrößen. Es können daher in Bezug auf nachträglich festzustellende, dann tatsächliche Kosten noch Abweichungen in einem Toleranzbereich vom +/- 40% auftreten. Da sich infolge der Ukraine Krise, der Energie- und Wirtschaftssituation (Stichwort: Inflation, Fachkräftemangel) die Baukosten derzeit äußerst dynamisch entwickeln, ist dies als Momentaufnahme zu verstehen. Experten, wie z. B. PricewaterhouseCoopers Deutschland gehen in einer im August 2022 veröffentlichten Studie davon aus, dass „die Baupreise für Immobilien in den kommenden beiden Jahren um mehr als 20 Prozent steigen werden.“<sup>8</sup> Auch werden erhöhte Anforderungen an die Bauweise, die Gebäudetechnik, an Energiestandards die Baukosten in den nächsten Jahren erhöhen. Demzufolge sind die o. g. Annahmen zu den möglichen Baukosten für eine neue Stadthalle Wilhelmshaven im Zeitablauf absehbar höher anzusetzen und entsprechend anzupassen.

Dennoch wurde versucht, anhand der zur Verfügung stehenden Kennzahlen und Erhebungen, sowie eigenen Projekterfahrungen und Benchmarks ein in Ansätzen aussagekräftiges Ergebnis zu ermitteln.

Die nachfolgend dargestellte Erstabschätzung möglicher Investitions- bzw. Baukosten für eine neue Stadthalle wurde auf Basis des in Punkt 4.4 ermittelten Raumprogramms vorgenommen. Es wurden dabei zwei unterschiedliche und voneinander unabhängige Ansätze gewählt, um mittels dieser Ansätze eine „Plausibilisierung“ und Annäherung der Abschätzung der Investitionskosten auf zwei Wegen zu erreichen. Die gewählten Ansätze waren:

#### 6.1.1 Benchmarking (Top-Down-Ansatz):

- Erhebung und Zusammenfassung von ausgewählten, öffentlich publizierten Gesamtbaukosten von Stadthallen-Neubauprojekten in Deutschland – dabei wurden bewusst Stadthallenprojekte ausgewählt und keine Tagungs-/Kongresszentren, deren Investitionskosten i. d. R. aufgrund höherer Anforderungen an Technik, Ausstattung und Architektur über den Werten von Stadthallen liegen
- Ermittlung von Kennzahlen von mit der Entwicklung in Wilhelmshaven in Ansätzen vergleichbaren Objekten als Grundlage der Abschätzung der möglichen Baukosten für eine neue Stadthalle Wilhelmshaven

#### 6.1.2 Baukostenschätzung (BKI-Basis, Bottom-Up-Ansatz):

- Erstellung einer eigenen Bau-/Investitionskostenschätzung in Anlehnung an die Kostengruppen 300 und 400 der DIN 276 auf Basis von Kostenkennwerten des Baukosteninformationszentrums Deutscher Architektenkammern GmbH (BKI GmbH).
- Die verwendeten BKI-Kostenkennwerte beziehen sich auf das 1. Quartal 2022. Für die Baukostenermittlung erfolgte eine Preisanpassung für den Zeitraum bis Anfang Juni 2022 – gem. Publikation des Statistischen Bundesamts erhöhten sich die Baukosten im Zeitraum April bis Ende Dezember 2022 um + 16,6 %. Weitere, seitdem erfolgten Kostenentwicklungen infolge der Ukraine-Krise, der korrespon-

<sup>8</sup> PwC Real Estate (2022) – Preisentwicklung in der Baubranche

dierenden Energiepreisentwicklung und der allgemeinen Kostenentwicklung in der Baubranche sind hierin noch nicht berücksichtigt.

Demzufolge sind, sollte das Projekt weiter konkretisiert werden, in diesem Spezialsegment nachweislich erfahrene Architekten/Planer in die Projektentwicklung mit einzubeziehen, um genauere, belastbare Abschätzungen dieser Grundlagen und Daten zu erhalten. Auch sind im Falle der weiteren Überlegungen und Konkretisierung der neuen Stadthalle weitere Kosten und Belastungen für die Stadt z. B. durch die die Schaffung von Pkw-Stellplätzen zur Erfüllung des Stellplatznachweises (z. B. in einem Parkhaus), Erschließungskosten etc. auf investiver Ebene zu berücksichtigen.

## 6.2 Benchmarking (Top-Down-Ansatz)

Zur Abschätzung möglicher Baukosten für eine neue Stadthalle wurden in diesem Ansatz Kostenkennwerte ausgewählter Hallen mit typischen Stadthallencharakter, d. h. ohne explizite oder offensichtliche Ausrichtung auf Tagungen/Kongresse in Deutschland anhand von öffentlich zugänglichen Daten ermittelt. Die ausgewählten Häuser (= „Benchmarks“) lassen sich dabei in drei unterschiedliche Größenklassen gemäß ihrer Bruttogrundfläche (BGF) unterteilen:

Häuser mit weniger als 3.500 m<sup>2</sup> BGF

Häuser zwischen 3.500 m<sup>2</sup> und 6.500 m<sup>2</sup> BGF

Häuser mit mehr als 6.500 m<sup>2</sup> BGF

Standort/Stadt	Hallentyp	Kapazität Sitzplätze	Baujahr	Baukosten (ursprüngl.)	Baukosten 2023 (Inflationsindexiert)	BGF (m <sup>2</sup> )	€/m <sup>2</sup> BGF	NF (m <sup>2</sup> )	€/m <sup>2</sup> NF
Reutlingen (BW)	Stadthalle/Konzerthaus	1.680	2013	46.620.000 €	55.979.804 €	21.000	2.666 €	7.000	7.997 €
Wien (A)	Stadthalle	2.000	2006	33.000.000 €	45.029.595 €	13.600	3.311 €	5.081	8.862 €
Unterföhring (BY)	Stadthalle	700	2010	30.300.000 €	38.655.304 €	11.060	3.495 €	6.400	6.040 €
Greiz (BY)	Stadthalle	800	2011	21.600.000 €	27.256.435 €	9.130	2.985 €	4.757	5.730 €
Lohr (BY)	Stadthalle	733	2016	15.300.000 €	18.011.730 €	7.508	2.399 €	5.960	3.022 €
Neckarwestheim (BW)	Stadthalle	650	2012	13.800.000 €	17.055.665 €	7.400	2.305 €	6.400	2.665 €
Gifhorn (NI)	Stadthalle	850	2005	15.400.000 €	21.329.018 €	6.300	3.386 €	4.500	4.740 €
Eckernförde (SH)	Stadthalle	500	Planung 2016	14.487.500 €	17.055.225 €	6.100	2.796 €	2.150	7.933 €
Rheda-Wiedenbrück (NRW)	Stadthalle	800	2019	14.500.000 €	16.438.119 €	6.000	2.740 €	3.600	4.566 €
Cham (BY)	Stadthalle	800	2019	22.100.000 €	25.053.961 €	5.700	4.395 €	2.800	8.948 €
Troisdorf (NRW)	Stadthalle	1.500	2014	13.025.210 €	15.564.536 €	5.510	2.825 €	3.000	5.188 €
Bad Neustadt (BY)	Stadthalle	920	2017	16.400.000 €	19.210.638 €	3.825	5.022 €	2.199	8.736 €
Kressbronn (BW)	Stadthalle	600	2013	8.125.000 €	9.844.933 €	3.700	2.661 €	1.600	6.153 €
Planegg (BY)	Stadthalle	500	2008	9.700.000 €	12.734.634 €	3.572	3.565 €	1.500	8.490 €
Geisingen (BW)	Stadthalle	320	2014	9.990.000 €	11.937.597 €	3.284	3.635 €	2.425	4.923 €
Schwenningen (BW)	Stadthalle	1.200	2019	10.800.000 €	12.243.564 €	2.882	4.248 €	1.500	8.162 €
Vallendar (NRW)	Stadthalle	1.000	2017	11.500.000 €	13.470.874 €	2.450	5.498 €	1.900	7.090 €
Kuppenheim (BW)	Festhalle	900	2016	7.200.000 €	8.476.108 €	1.510	5.613 €	1.500	5.651 €

Die dargestellten bzw. ermittelten Werte basieren auf Angaben der jeweiligen Häuser, Städte und/oder von Dritten (z. B. Architekten, Bauunternehmen etc.). Lagen Angaben zu den Gesamtflächen vor (BGF/NF), wurde auf diese zurückgegriffen, bei anderen Angaben wurden Querchecks zur Validierung der Angaben durchgeführt. Dabei gilt im Zusammenhang mit den genannten Baukosten, dass diese i. d. R. von den herausgebenden Stellen keine Grundstückskosten (Kostengruppe 100 gem. DIN 276) und Kosten für das Herrichten und Erschließen der Grundstücke (Kostengruppe 200) enthalten. Auch beinhalten die genannten Bau-/Investitionskosten i. d. R. nur eine Grundausstattung an festen und beweglichen Einbauten, Ausstattung und Mobiliar (Kostengruppe 600). Inwieweit die Kosten für Außenanlagen (Kostengruppe 500) und Bau-nebenkosten (Kostengruppe 700) hierin enthalten sind, ist ebenso unklar. Nach unserer Erfahrung bei derartigen Projekten werden diese Kosten in den publizierten Gesamtkosten aus diversen Gründen (z. B. Kosten-zuordnung/-übernahme, Politik) nicht berücksichtigt.

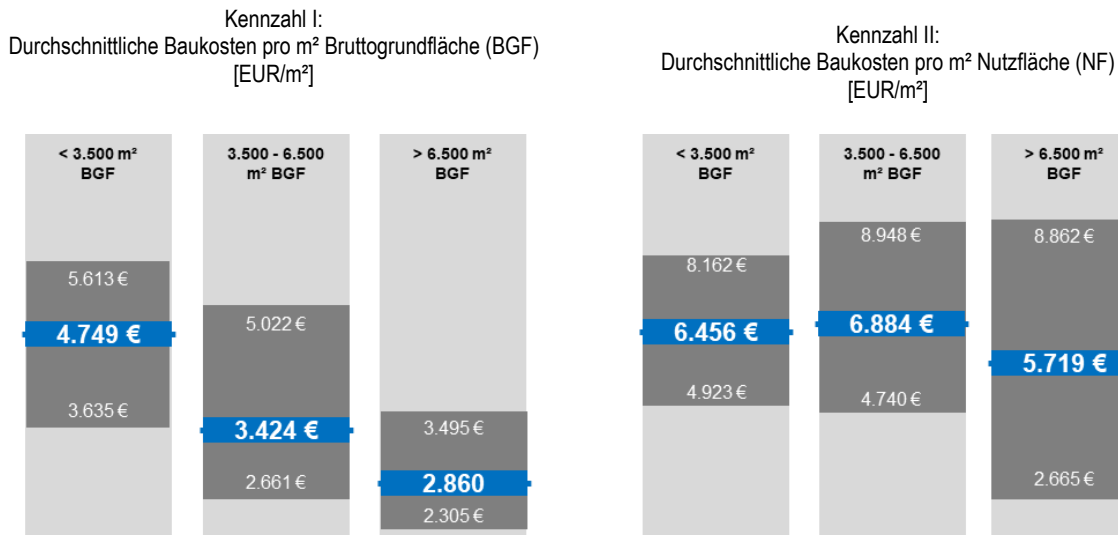
Da die publizierten Baukosten jeweils die Werte/Beträge zu Fertigstellungszeitraum waren, wurden diese für diese Studie vom jeweiligen Jahr auf das Jahr 2023 inflationsbezogen indexiert. Diese Anpassung berücksichtigt ausschließlich die Inflationsentwicklung, nicht aber darüber hinausgehende Baukostensteigerungen. So ist in Deutschland der Baupreisindex im Zeitraum 2010 bis 2020 alleine um fast ein Drittel (29 %) gestiegen, im Zeitraum 2020 bis 2022 um weitere rund 39 %. In den kommenden zwei Jahren (2023/2024) rechnen Branchenexperten mit einem weiteren Anstieg der Baukosten i. H. v. rund 20 Prozent (Stand Ende 2022).

Benchmarks – durchschnittliche Baukosten



\* Nettowerte, ursprüngliche Baukosten (gem. Angaben der jeweiligen Häuser/Städte bzw. Drittstudien) inflationsindiziert auf Q1/2023

Benchmarks von Kennzahlen



Ausgehend von diesen Annahmen und Grundlagen ergeben sich unter Zugrundelegung der o. g. Benchmarks in diesem Ansatz rechnerisch für Wilhelmshaven nachfolgend zu ermittelnde Kostenwerte:

6.2.1 Ansatz über Gesamtfläche neue Stadthalle (BGF): ca. 6.300 m² (ohne Eingang, Grundstück, Erschließung, Außenanlagen, Baunebenkosten)

Maximalkosten pro m² Gesamtfläche (BGF): 4.749 EUR/m²

Gesamtkosten Maximal: ca. 29,92 Mio. EUR (netto)

Minimalkosten pro m² Gesamtfläche (BGF): 2.860 EUR/m²

Gesamtkosten Minimal: ca. 18,02 Mio. EUR (netto)

Mittelwert-Kostenansatz pro m² Gesamtfläche (BGF): 3.678 EUR/m²

Gesamtkosten Mittel: ca. 23,17 Mio. EUR (netto)

Schätzung Gesamtkosten



## 6.2.2 Ansatz über Nutzfläche neue Stadthalle (NF): ca. 5.000 m<sup>2</sup> (ohne Eingang, Grundstück, Erschließung, Außenanlagen, Baunebenkosten)

Maximalkosten pro m<sup>2</sup> Gesamtfläche (NF): 6.884 EUR/m<sup>2</sup>

Gesamtkosten Maximal: ca. 34,42 Mio. EUR (netto)

Minimalkosten pro m<sup>2</sup> Gesamtfläche (NF): 5.719 EUR/m<sup>2</sup>

Gesamtkosten Minimal: ca. 28,60 Mio. EUR (netto)

Mittelwert-Kostenansatz pro m<sup>2</sup> Gesamtfläche (NF): 6.353 EUR/m<sup>2</sup>

Gesamtkosten Mittel: ca. 31,77 Mio. EUR (netto)

Schätzung Gesamtkosten



Nicht berücksichtigt in diesen kalkulatorischen Kostenwerten sind mögliche Kostenreduzierungen bzw. -ergänzungen durch Verschiebungen/Reduzierungen/Ergänzungen im Raumprogramm (z. B. Synergien mit dem Pumpwerk, Dauergastronomie/Restaurant) oder Kosten für Stellplätze (Stichwort: Stellplatznachweis).

- ▶ Im Mittel der beiden obigen Modellansätze ergibt sich ein kalkulatorisches Bau-/Investitionsvolumen für eine neue Stadthalle in Höhe von rund € 27,47 Mio.

## 6.3 Baukostenansatz (BKI-Basis, Bottom-Up-Ansatz)

Zur Plausibilisierung des obigen Ansatzes der Abschätzung möglicher Baukosten für eine neue Stadthalle wurden in diesem Ansatz Kostenkennwerte des Baukosteninformationszentrums Deutscher Architektenkammern GmbH (BKI GmbH) verwendet, die jährlich veröffentlicht werden. Diese beziehen sich auf die Bauwerkskosten der Kostengruppen (KG) 300 und 400 (nach DIN 276), auf deren Basis dann eine Hochrechnung der Gesamtkosten auf die Nutzungsflächen (NUF) und die Brutto-Grundfläche (BGF) erfolgt.

Die verwendeten, derzeit aktuellen Kostenkennwerte der BKI beziehen sich auf das 1. Quartal 2022. Für die Baukostenermittlung erfolgte eine Preisanpassung für den Zeitraum bis Ende 2022 – gem. Publikation des Statistischen Bundesamts erhöhten sich die Baukosten im Zeitraum April bis Ende 2022 um + 7,5 %. Weitere, seitdem erfolgten Kostenentwicklungen infolge der Ukraine-Krise, der korrespondierenden Energiepreisentwicklung und der allgemeinen Kostenentwicklung in der Baubranche sind hierin noch nicht berücksichtigt.

Ähnliches trifft auch auf die Ausstattung der Häuser (Kostengruppe 600) zu. Auch hier enthalten die den Kostenkennwerten zugrundeliegenden Objekte/Entwicklungen eine sehr breite Spannbreite an Werten auf, die eine Vergleichbarkeit bzw. einen Ansatz für eine neue Stadthalle erschweren. Festzustellen ist, dass i. d. R. eine Grundausrüstung an festen und mobilen Ausstattungsgegenständen in den Kalkulationen enthalten ist, die allerdings nur als „Grundausrüstung“ zu verstehen ist und durch die Addition weiterer Ausstattungsgegenstände (durch einen weiteren Eigeninvest der Projektgesellschaft/des Betreibers oder per Einbringung durch externe Dienstleister im Rahmen entsprechender Verträge) im Sinne eines operativen Betriebs ergänzt wird. Diese nachträglichen Investitionen sind i. d. R. nicht in den BKI-Werten enthalten.

Die Einordnung des qualitativen Standards der Veranstaltungsimmoblie „Stadthalle“ ist ein weiterer, relevanter Faktor. Üblicherweise werden die Gebäudearten von BKI in „einfacher Standard/unter Durchschnitt“, „mittlerer Standard/Durchschnitt“ und „hoher Standard/über Durchschnitt“ unterteilt.

Unter Standard versteht BKI nicht nur Unterschiede in der Grundausrüstung eines Gebäudes, auch hochwertige Außenbauteile, wie z. B. eine Natursteinfassade, beeinflussen die Standardeinordnung eines Gebäudes. Gleiches gilt für die Konstruktionsweise. Beispielsweise beeinflusst die Dachform, die Dachausgestaltung etc. die Einstufung. All diese projektspezifischen Besonderheiten wirken zusammen. Es gibt also keine eindeutige „Wenn-dann-Beziehung“. Der Standard und die Ausgestaltung eines Objektes hat also Auswirkungen auf seinen BKI-Kostenkennwert.

Vor diesem Hintergrund und mit Blick auf den Gebäudetyp „Stadthalle“ wurde in den nachfolgenden Berechnungen der Kosten für eine neue Stadthalle Wilhelmshaven von einem mittleren und auch von einem hohen Standard/über dem Durchschnitt ausgegangen.

Die verwendeten BKI-Kennzahlen beinhalten Kostenkennwerte von mehreren Stadthallen, Kultur- und Gemeinschaftshäusern, Gemeindezentren und multifunktional nutzbaren Saalbauten/Veranstaltungszentren. Es wurden explizit keine Objekte mit Sport-/Mehrzwecknutzungen oder reine Theater-/Kulturbauten berücksichtigt.

Für die Kostenermittlung der baulichen Varianten wurden die Kostenkennwerte (Min., Mittelwert, Max.) ausgewählter BKI-Referenzprojekte herangezogen, die in ihrer Größe und Ausprägung mit der Stadthallenentwicklung vergleichbar sind. Die Kostengruppen KG 200, 500 und 600 errechnen sich entsprechend der prozentualen Aufteilung nach BKI für Gemeindezentren über die KG 300 und 400 (KG 300+400 = 100%). Die prozentualen Anteile der KG 700 – Baunebenkosten stellen keine empirischen Werte dar. Sie sind auf Grundlage der HOAI berechnete %-Werte für Honorare nach HOAI §35, 52, 56. Die KG 700 selbst errechnet sich aus der Summe der KG 200 bis 600.

### 6.3.1 Berechnung / Ansatz

<b>Kostenkennwerte nach DIN 276 (1. Ebene)</b>		Kosten BGF ausgewählte Benchmarks			ausgewählte Benchmarks BKI		
Stadthalle WHV		von	Mittelwert	bis	ausgewählte Benchmarks BKI		
in EUR (inkl. MwSt)		2.373	2.820	3.351	% an 300 + 400		
5.000 m <sup>2</sup> NUF (Mittelwert)	6.300 m <sup>2</sup> BGF	Kosten inkl. 19 % MwSt			von	Mittelwert	bis
<b>Kostengruppen KG</b>		Minimum	Mittelwert	Maximum	von	Mittelwert	bis
100	Grundstück	ohne Ansatz			ohne Ansatz		
200	Herrichten und Erschließen	254.148	728.374	1.520.014	1,7	4,1	7,2
300	Bauwerk - Baukonstruktion	11.167.575	13.945.692	17.564.602	74,7	78,5	83,2
400	Bauwerk - Technische Anlagen	2.511.583	3.819.521	5.341.159	16,8	21,5	25,3
<b>Summe Bauwerk 300 + 400</b>		<b>13.679.159</b>	<b>17.765.213</b>	<b>22.905.761</b>			
500	Außenanlagen	209.299	926.894	2.237.798	1,4	6,2	10,6
600	Ausstattung	328.898	568.096	1.118.899	2,2	3,8	5,3
700	Baunebenkosten (aus KG 200 bis 600)	3.400.803	5.037.121	7.473.485	23,5	25,2	26,9
800	Finanzierung	ohne Ansatz					
<b>Summe</b>		<b>17.872.306</b>	<b>25.025.697</b>	<b>35.255.955</b>			
Preissteigerung + 12 % seit Q1/2022		<b>20.016.983</b>	<b>28.028.781</b>	<b>39.486.670</b>			

Für eine neue Stadthalle Wilhelmshaven ist derzeit, ohne Berücksichtigung von Standort-/Lageaspekten und unter Zugrundelegung von aktuellen BKI-Referenzwerten und den o. g. Flächenvolumen (ca. 6.300 m<sup>2</sup> BGF) mit Baukosten i. H. v. rund € 20 Mio. bis knapp € 39,5 Mio., im Mittel rund € 28 Mio., ohne Stellplätze zzgl. Grundstücks- und Finanzierungskosten bei einem mittleren bis gehobenen Standard auszugehen.

Hinzu kämen z. B. bei der Realisierung am Standort Pumpwerk die Kosten für die Verlagerung des DLRG an einen Alternativstandort.

- ▶ Im Mittel des obigen Modellansatzes auf Grundlage von BKI-Kennwerten ergibt sich ein kalkulatorisches Bau-/Investitionsvolumen für eine neue Stadthalle in Höhe von rund € 28 Mio.



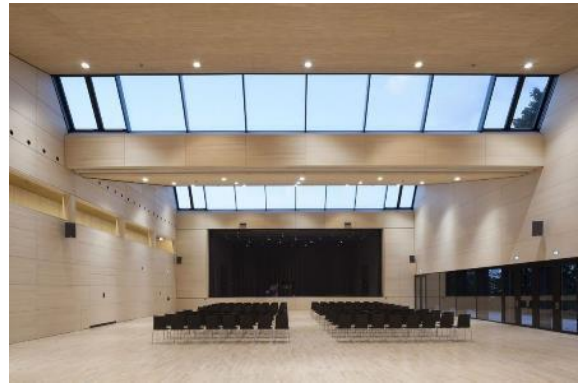
## 6.4 Fazit

Geht man von einer Brutto-Grundfläche für eine neue Stadthalle von rund 6.300 m<sup>2</sup> aus, zu der noch in Abhängigkeit des Architektur-, Technik- und Gastronomiekonzeptes weitere Flächen für die Eingangssituation und die Bereiche der Haustechnik sowie für weitere Nutzungen (z. B. Parkhaus) hinzuzurechnen sind, so ergeben sich nach den im Rahmen dieser Studie angewendeten Ansätzen für eine neue Stadthalle Bau-/Investitionskosten in Höhe von rund € 28 Mio. (ohne Grundstücks-, Erschließungs- und weiterer Infrastrukturkosten (z. B. Stellplätze, Baugrund, etc.)).

Dabei wurden bei den gewählten Raum- und Kostenansätzen für eine neue Stadthalle moderne und derzeit markt-/branchenübliche Standards mit einem primären Fokus auf Funktionalität gewählt. Es gibt aber auch durchaus Einzelbeispiele, bei denen mit ähnlichen oder sogar geringeren Baukosten architektonisch ansprechende Veranstaltunglocations mit modernem Design realisiert wurden.

### Ausgewählte Beispiele mit Fokus Funktionalität

Festhalle Kressbronn (Investitionskosten: ca. € 8,7 Mio.)



Festhalle Neunburg (Investitionskosten: ca. € 9 Mio.)



Stadthalle Troisdorf (Investitionskosten: ca. € 13,7 Mio.)



## 7 HANDLUNGSEMPFEHLUNG

In der Stadt Wilhelmshaven besteht der Bedarf und das Potenzial für die Aufrechterhaltung und Entwicklung des Veranstaltungswesens. Dabei sind Veranstaltungsstätten, wie die ehemalige und neue Stadthalle, das Pumpwerk, das Stadttheater oder auch die Nordfrost-Arena, das Wattenmeer Besucherzentrum und das zukünftige TWWP relevante Faktoren im sozio-kulturellen, wirtschaftlichen, und touristischen Gesamtkontext der Stadt. Die ehemalige Stadthalle wurde aber 2021 außer Betrieb genommen. Demzufolge „fehlt“ der Stadt Wilhelmshaven seit dem eine wichtige Einrichtung.

Vor dem Hintergrund der im Rahmen dieser Studie betrachteten Aspekte sowie der mit derartigen Entwicklungen zu berücksichtigenden Vorbereitungs-, Planungs-, Abstimmungs- und Realisierungszeiträume wird im Hinblick auf eine neue Stadthalle folgendes empfohlen:



- Nutzungsspektrum: Kernfokus auf Kultur- (Konzerte, Comedy, Shows) und Gesellschaftsveranstaltungen (Bälle, Empfänge etc.) sowie, wenn auch in einem geringeren Umfang, auch auf Business-events (Börsen, Märkte, Tagungen),



- Raumprogramm/-angebot: Großer Saal (ca. 1.500 m<sup>2</sup>) zzgl. Bühnen- und Backstagebereich, Tagungsbereich (ca. 4 Räume) sowie entsprechende Publikums- (Foyers, Garderoben, Sanitäranlagen) und Funktionsbereiche (Lager, Personalräume, Technik, etc.),
- Gastronomie: Veranstaltungsverpflegung über ein Cateringmodell (Bedarfsgastronomie), keine Voll-/Dauergastronomie (Restaurantbetrieb),



- Standort: Realisierung am Pumpwerk.

Die Realisierung an diesem Standort hätte nicht nur standortbezogene Vorteile für die Vermarktung und Nutzung des Hauses, es könnten an diesem Standort auch bauliche und funktionale Synergien mit dem Pumpwerk sowie dem Quartier „Wiesbadenbrücke“ genutzt sowie das gesamte Quartier städtebaulich aufgewertet und ein neues „Wahrzeichen“ der Stadt an einer exponierten, auch von der Stadtseite sehbaren Stelle geschaffen werden.



- Eine neue Stadthalle würden gem. dem in dieser Studie dargestellten Raumprogramm schätzungsweise Investitionskosten für die Stadt Wilhelmshaven in Höhe von rund € 27 Mio. bedeuten. Diese Abschätzung der möglichen Bau-/Investitionskosten ist eine erste Orientierungsgröße, die in Abhängigkeit weiterer Prüfungen und konkreteren Architekturkonzepten sich noch verändern kann und wird.



- Im Falle der Realisierung der neuen Stadthalle sollte der Betrieb der Stadthalle, wie bisher, gesamthaft durch eine städtische Organisationseinheit aus einer Hand mit einem festen Team an qualifizierten Mitarbeitern erfolgen. Diesem Team/dieser Einheit sind dauerhaft ausreichend Mittel in Form von Budget und/oder Zuschüssen sowohl zum Betrieb des Komplexes aber auch zur Personalentwicklung und zur Vermarktung zur Verfügung zu stellen.



- Dem Aspekt Vermarktung sollte dabei in Zukunft eine im Vergleich zum Status quo wichtigere Bedeutung erhalten. So ist sowohl die neue Stadthalle selbst aber auch der Standort Wilhelmshaven und die hier vorhandenen Angebote an Veranstaltungs- und Tourismusangeboten verstärkt, bestenfalls unter einer „Dachmarke“ Wilhelmshaven, zu bewerben, um vorhandene Veranstaltungen halten und binden sowie neue Veranstaltungen für das Haus und den Standort gewinnen zu können. Auch hierfür sind dauerhaft ausreichend Finanzmittel und Personalkapazitäten einzuplanen.



- Für die Stadt Wilhelmshaven insgesamt kommen zu den o. g. einmaligen und dauerhaften Kosten weitere, investitionsbezogene Finanzierungskosten und Abschreibungen für die Stadthalle, ggfs. ein Parkhaus/Stellplatzanlage, die Gestaltung der Außenanlagen/des Umfelds etc.,

die neben den branchenüblichen, betriebsbezogenen Zuschüssen von Seiten der Stadt für die Stadthalle und deren Betrieb ebenfalls dauerhaft zu tragen sein werden.

Auch verbleiben selbstverständlich Risiken bei der Stadt als Eigentümerin und Gesellschafterin der Besitz- und Betriebsgesellschaft der Stadthalle. So stehen diesen finanziellen Belastungen und Risiken im Verhältnis (und wie bisher auch) geringe Umsätze gegenüber - eine markt-/branchenübliche und „kultur-/stadthallentypische“ Situation, die in allen Städten vorzufinden ist, die eine derartige Infrastruktur vorhalten. Kulturelle, soziale und gesellschaftliche Aktivitäten, Veranstaltungen etc. kosten Geld, sie erzeugen Aufwände, ohne dass diesen entsprechend hohe auskömmliche oder messbare Einnahmen gegenüber stehen.



- Dabei sind aber Einrichtungen wie Stadthallen, darin stattfindende Veranstaltungen und Aktivitäten i. d. R. starke Werbe- und Imagerträger einer Stadt, identifikationsstiftende Elemente für die Bevölkerung und Impulsgeber des sozio-kulturellen, städtischen und auch wirtschaftlichen Lebens mit entsprechenden Sekundärnutzen-Effekten (indirekte Umsätze, Steuereinnahmen, Arbeitsplätze).

Für die Stadt Wilhelmshaven stellt sich dabei, wie auch für andere Städte/Kommunen die grundsätzliche Frage: kann und möchte man sich dieses Angebot leisten? ...*man sollte!*...