

Anlage B

Dokumentation der Bedarfserhebung

1. Fachliche Bedarfserhebung (CIMA)
2. Bedarfserhebung Bürgerschaft (Universität Heidelberg)
(Bürgerbeteiligung Modul 3)
3. Bürgerworkshop (memo-consulting)
(Bürgerbeteiligung Modul 4)



KÖLN-LEIPZIG-LÜBECK-MÜNCHEN-RIED(A)-STUTT GART

NEUES KONFERENZZENTRUM HEIDELBERG

Bedarfserhebung (Phase I)

CIMA Beratung + Management GmbH
Glashüttenweg 34
23568 Lübeck

Tel.: 0451-38968-0
Fax: 0451-38968-28
Internet: www.cima.de

Endbericht

Lübeck, 30. September 2013



Stadt- und Regionalmarketing
City-Management
Stadtentwicklung
Einzelhandel
Wirtschaftsförderung
Immobilienentwicklung
Personalberatung
Tourismus

© CIMA Beratung + Management GmbH

Es wurden Fotos, Grafiken u.a. Abbildungen zu Layoutzwecken und als Platzhalter verwendet, für die keine Nutzungsrechte vorliegen. Jede Weitergabe, Vervielfältigung oder gar Veröffentlichung kann Ansprüche der Rechteinhaber auslösen.

Wer diese Unterlage -ganz oder teilweise- in welcher Form auch immer weitergibt, vervielfältigt oder veröffentlicht übernimmt das volle Haftungsrisiko gegenüber den Inhabern der Rechte, stellt die CIMA GmbH von allen Ansprüchen Dritter frei und trägt die Kosten der ggf. notwendigen Abwehr von solchen Ansprüchen durch die CIMA GmbH.

Der Auftraggeber kann die vorliegende Unterlage für Druck und Verbreitung innerhalb seiner Organisation verwenden; jegliche - vor allem gewerbliche - Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet.

Diese Entwurfsvorlagen und Ausarbeitungen usw. fallen unter § 2, Abs. 2 sowie § 31, Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sie sind dem Auftraggeber nur zum eigenen Gebrauch für die vorliegende Aufgabe anvertraut.

Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der CIMA GmbH in München.

INHALT

1	AUSGANGSLAGE, AUFTRAG UND LEISTUNGEN	4	4	POTENZIALE FÜR EIN NEUES KONFERENZZENTRUM	27
2	KONGRESSMARKT DEUTSCHLAND	6	5	BEDARF UND WIRTSCHAFTLICHE EFFEKTE.....	29
2.1	Entwicklung	6	5.1	Bedarf Professional Congress Organizers (PCO)	29
2.2	Trends.....	7	5.2	Bedarf Unternehmen, Institute und Universität	29
3	ANALYSE STANDORT HEIDELBERG.....	8	5.3	Wirtschaftliche Effekte.....	29
3.1	Alleinstellungsmerkmale	8	5.3.1	Arbeitsplatzeffekte.....	29
3.1.1	Bewertung des Tagungs- und Kongressstandortes.....	8	5.3.2	Betrieb der Halle	29
3.2	Bestand Kongressfacilitäten Heidelberg.....	9	5.3.3	Gesamtwirtschaftlicher Effekt	30
3.2.1	Altes Hallenbad.....	10	5.3.4	Umwegrentabilität	30
3.2.2	Augustinum	11	6	GESAMTEINSCHÄTZUNG FÜR DEN STANDORT HEIDELBERG	31
3.2.3	Bürgerhaus Heidelberg.....	12			
3.2.4	Deutsch-Amerikanisches Institut.....	13			
3.2.5	Halle 02.....	14			
3.2.6	Kulturhaus Karlstorbahnhof	15			
3.2.7	Print Media Academy	16			
3.2.8	Schloss Heidelberg.....	17			
3.2.9	UnterwegsTheater.....	18			
3.2.10	Stadthalle Heidelberg	19			
3.2.11	Portland Forum.....	20			
3.2.12	Hotels	21			
3.3	Bewertung Bestand Heidelberg.....	22			
3.4	Wettbewerb Region	23			
3.5	Altgutachten	26			

ABBILDUNGEN

Abbildung 1: Leistungsbausteine Phase I	5
Abbildung 2: Angebot an Veranstaltungsräumen	6
Abbildung 3: Gesamtentwicklung Tagungs- und Kongressmarkt 2002-2011	7
Abbildung 4: Bewertung des Standortes.....	9
Abbildung 5: Altes Hallenbad - Impressionen	10
Abbildung 6: Augustinum - Impressionen	11
Abbildung 7: Bürgerhaus Heidelberg – Impressionen	12
Abbildung 8: DAI – Impressionen.....	13
Abbildung 9: Halle 02 - Impressionen	14
Abbildung 10: Kulturhaus Karlstorbahnhof - Impressionen	15
Abbildung 11: Print Media Academy - Impressionen	16
Abbildung 12: Schloss Heidelberg - Impressionen.....	17
Abbildung 13: Stadthalle Heidelberg - Impressionen	19
Abbildung 14: Portland Forum - Impressionen	20
Abbildung 15: Wettbewerbsstandorte Region.....	23

TABELLEN

Tabelle 1: Andere Veranstaltungsorte	21
Tabelle 2: Bewertung des Wettbewerbes	22
Tabelle 3: Wettbewerber in der Region	25

1 AUSGANGSLAGE, AUFTRAG UND LEISTUNGEN

Die Tagungs- und Kongressbranche hat sich kontinuierlich als bedeutender Wirtschaftsfaktor für Städte und Kommunen entwickelt. Deutschland ist europaweit als die beste Veranstaltungsdestination angesehen, weltweit steht es auf Platz zwei hinter den USA.

Im Jahr 2011 initiierten deutschlandweit 99 Mio. Veranstaltungsteilnehmer ein Umsatzvolumen von rund 64 Mrd. EUR. In rund 11.200 Veranstaltungsstätten (davon 400 in Kongresszentren und Hallen) werden rund 67.300 Räume unterschiedlicher Größenordnung angeboten. Heidelberg partizipiert an dieser Entwicklung nur unterproportional. Das bestehende Kongresshaus Stadthalle Heidelberg entspricht nicht den Anforderungen eines modernen Tagungszentrums. Seit Jahrzehnten wird in Heidelberg deshalb über ein neues Konferenzzentrum intensiv diskutiert. Braucht Heidelberg ein neues Konferenzzentrum und wenn ja, an welchem Standort?

Diese Fragen sollen u.a. in einem zweistufigen Verfahren unter intensiver Beteiligung der Einwohnerschaft geklärt werden. Grundlage für die erste Phase des Verfahrens ist die Erstellung einer umfassenden Informationslage hinsichtlich des Bedarfs u.a. von Wissenschaft, Wirtschaft und Kultur, auf deren Basis der Gemeinderat der Stadt Heidelberg die Grundsatzentscheidung treffen soll, ob die Entwicklung eines neuen Konferenzzentrums weiter verfolgt wird. Die Standortfindung erfolgt ggf. in einer sich anschließenden Phase.

Leitfragen:

- Wie sind die allgemeinen Rahmenbedingungen für ein Konferenzzentrum in Heidelberg zu beurteilen?
- Wie hoch ist der Bedarf an Veranstaltungskapazitäten durch die Wirtschaft, Vereine, Bürger etc.?
- Welche jährliche Nachfrage ist zu erwarten?
- Wie sind die Chancen einzuschätzen, weitere und bislang nicht in Heidelberg stattfindende Veranstaltungen für die Stadt zu gewinnen?

Auftraggeber:

Stadt Heidelberg - Amt für Wirtschaftsförderung und Beschäftigung

Ansprechpartner:

Mike De Vries

Geschäftsstelle Koordinationsbeirat

Auftragnehmer (Dienstleister I)

CIMA Beratung + Management GmbH

Glashüttenweg 34, 23568 Lübeck

Bearbeiter:

Dipl. Sozialwirt Uwe Mantik (Projektleiter/mantik@cima.de)

Dipl.-Ing. Stefan Urbanski

Dipl.-Ing. Michael Mammes

B.Sc. Simone Wolter

Leistungen

Die Stadt Heidelberg beauftragte die CIMA Beratung + Management GmbH mit der Konzeption und Durchführung der Bedarfserhebung für das Neue Konferenzzentrum Heidelberg (Phase 1). Grundlage für die Leistungsbausteine der CIMA ist das Leistungsverzeichnis aus der Angebotsaufforderung der Stadt Heidelberg vom 21.01.2013.

Für die Bearbeitung weiterer Module war Prof. Dr. Steffen Sigmund (Dienstleister II) in seiner Funktion als Leiter des Max Weber Institut für Soziologie der Universität Heidelberg zuständig (grün). Darüber hinaus wurden Leistungen durch den Koordinationsbeirat (blau) erbracht, dem auch das Projektmanagement und die Gesamtkoordination obliegt.

Die Grafik stellt die Leistungsbausteine des Gesamtauftrages dar. Diese Leistungsbausteine wurden innerhalb der Studie vollständig bearbeitet.



Abbildung 1: Leistungsbausteine Phase I

2 KONGRESSMARKT DEUTSCHLAND¹

Der deutsche Tagungs- und Kongressmarkt nimmt auf europäischer und weltweiter Ebene eine führende Position ein - in Bezug auf Europa sogar die Spitzenposition. Die wirtschaftliche Bedeutung dieses Marktes ist daher sehr hoch einzustufen. Sowohl im Jahr 2011 als auch 2012 wurde mehr als jede dritte Hotelübernachtung durch den Tagungs- und Kongressmarkt generiert. Die Gesamtzahl der Übernachtungen durch Tagungs- und Kongressteilnehmer stieg von 84,6 Mio. (2011) auf 87,1 Mio. in 2012. In diesem Markt werden darüber hinaus erhebliche wirtschaftliche Effekte durch die Tagesausgaben der Teilnehmer in den Bereichen Gastronomie, Einzelhandel und weiteren Dienstleistungsbranchen erzeugt.

Der Tagungs- und Kongressmarkt in Deutschland zeichnet sich seit Jahren durch eine stabile Struktur aus. Knapp 70 % der Veranstaltungen (im Jahr 2011) stammen aus dem Bereich der Privatwirtschaft. Diese stellt folglich den größten Nachfrager dar. Weitere Nachfrager sind Verbände, Vereine und Institutionen und professionelle Kongressveranstalter (PCO). Thematisch entfallen rund 50 % der Veranstaltungen auf den Bereich der Weiterbildung, speziell Seminare und Workshops. Insgesamt bieten 11. 220 Einrichtungen rund 68.500 Veranstaltungsräume. Hier ist 2012 gegenüber 2011 ein leichter Anstieg zu verzeichnen. Die Veranstaltungstätten verteilen sich anteilig wie folgt: 10.440 Hotels, 400 Kongresszentren und Hallen sowie 340 Hochschulen und 40 Flughäfen. Die Größe der Veranstaltungshäuser variiert stark zwischen Hotels und anderen Häusern (z.B. Hallen). Hotels weisen durchschnittlich 5 Räume auf, Hallen dagegen 25.

¹ Quellen: ghh consult 2012, ghh consult 2013, Meeting & EventBarometer 2012

2.1 Entwicklung

Im Jahr 2011 konnten vor allem die sogenannten Eventlocations Zuwächse verzeichnen, deren Anzahl um vier Prozent angestiegen ist. Der überwiegende Teil der Tagungsstätten (Flächen- und Raumangebot) auf dem deutschen Markt entfällt auf Hotels. In diesem Kontext stellen die Kongress- und Veranstaltungszentren die kleinste Gruppe dar.

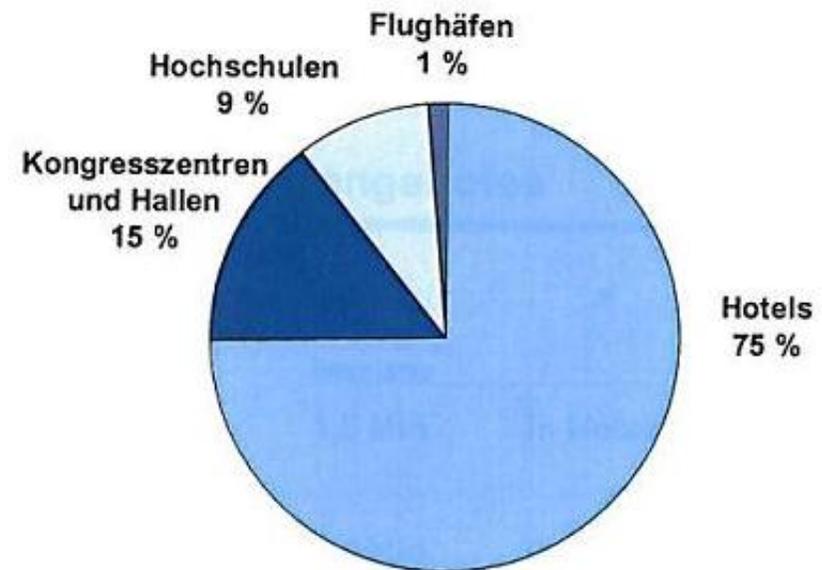


Abbildung 2: Angebot an Veranstaltungsräumen
ghh consult 2012

Alle Veranstaltungstätten konnten im Bezugsjahr 2011 Zuwächse bei den Besucherzahlen erzielen, 2012 stieg die Zahl der Veranstaltungsteilnehmer weiter auf 103,5 Millionen. Die größten Zuwächse entfallen auf die Veranstaltungszentren. In Bezug auf die Veranstaltungsgröße liegt der Schwerpunkt bei Veranstaltungen (Kongresse, Tagungen, Events) bis 100 Teilnehmer.

Im nationalen Wettbewerb der beliebtesten Tagungsdestinationen liegt Baden-Württemberg auf dem vierten Platz. Die führende Position nimmt hier Bayern ein, gefolgt von Nordrhein- Westfalen und Hessen. Gegenüber dem Vorjahr tritt in Bezug auf die Bundesländer keine Veränderung auf. Bei den Regionen ist nach wie vor Berlin/Potsdam führend als Tagungsdestination. Die Metropolregion Rhein-Neckar ist nicht unter den TOP 5 vertreten.

Die Gesamtentwicklung des deutschen Tagungs- und Kongressmarktes zwischen 2002 und 2011 ist, bis auf eine Ausnahme, von einem konstanten Wachstum gezeichnet. Dieses trifft sowohl für die Anzahl der Veranstaltungen, die Teilnehmerzahl als auch die Übernachtungen und den Umsatz zu. Lediglich im Zeitraum zwischen 2008 und 2009, besonders aber im Jahr 2009 stagniert die Entwicklung bzw. geht zurück. Dieses steht jedoch mit den Auswirkungen der Wirtschafts- und Finanzkrise in Verbindung. Wichtigste Kennzahlen des Marktes sind die Anzahl der durchgeführten Veranstaltungen und deren Dauer, die Teilnehmerzahlen sowie der Anteil der Hotelübernachtungen.

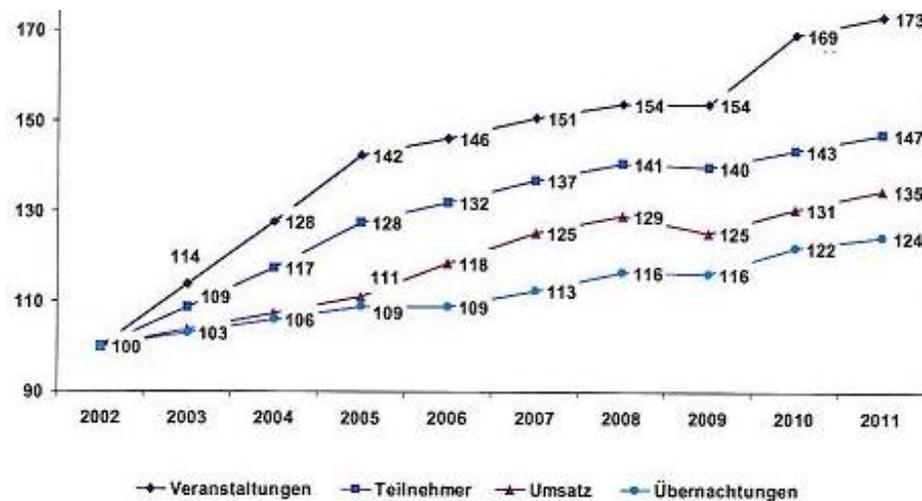


Abbildung 3: Gesamtentwicklung Tagungs- und Kongressmarkt 2002-2011

(Einheit: Indexwerte) ghh consult 2012

Der deutsche Tagungsmarkt ist von einer starken Saisonalität geprägt und weist deutliche Nachfragespitzen im Frühjahr und Herbst auf. Hieraus lässt sich beispielsweise auch die Problematik in Bezug auf die Verfügbarkeit von Räumlichkeiten in Universitäten und Hochschulen ableiten, denn die Nachfragespitzen des Marktes überschneiden sich mit dem universitätsinternen Vorlesungs- und Hochschulbetrieb.

2.2 Trends

Für die künftige Entwicklung des Tagungs- und Kongresswesens wird der Aspekt der Nachhaltigkeit eine bedeutende Rolle einnehmen. Relevant sind hier sowohl ökologische Aspekte aber auch soziale und ökonomische. Es wird prognostiziert, dass sich die Durchführung von Green Events in den kommenden Jahren zu einer Grundvoraussetzung bei der Entscheidung für oder gegen eine Tagungs- oder Veranstaltungsstätte entwickeln wird. In Heidelberg sind derzeit lediglich die Print Media Academy und die Halle 02 Veranstaltungsstätten, die diesen Status erfüllen.

Deutschlands Stellung im Wettbewerb um Tagungsdestinationen zu festigen bzw. zu stärken ist eine zentrale Aufgabe für die Zukunft. Ein bedeutender Aspekt wird es dabei sein, dass sich Veranstaltungshäuser noch stärker in einer Partnerschaft mit Wirtschaft und Wissenschaft direkt vor Ort positionieren und Kompetenzen austauschen bzw. gemeinsame Ziele entwickeln.

Die Ergänzung der Veranstaltungsflächen um Hotelbetriebe und Einzelhandelsflächen können weitere Bausteine für wirtschaftlichen Erfolg sein.

3 ANALYSE STANDORT HEIDELBERG

3.1 Alleinstellungsmerkmale

Grundlagen für Alleinstellungsmerkmale als Kongressstandort

- Ein Kongresszentrum verkauft sich zuerst über seine Stadt
- Standortfaktoren für einen Kongress- und Tagungsmarkt sind dann relevant, wenn die Mehrzahl der Zielgruppe sie relevant findet.
- Es gibt Kriterien, die sich im Durchschnitt als besonders wichtig für die Auswahl eines Tagungsortes herausgestellt haben, und damit zu zentralen Erfolgsfaktoren werden.

Harte Faktoren:

- Tagungsinfrastruktur der Stadt (= Tagungshotels, Kongress und Messezentren, übrige Hotelkapazitäten)
- Erreichbarkeit, internationale Flughäfen, gute Verkehrsverbindungen
- problemlose Mobilität in der Stadt
- Preis-Leistungsverhältnis
- Professionalität der Dienstleister/Serviceleistung
- Nähe zum fachlichen Umfeld (universitäre und sonstige Forschungseinrichtungen, Unternehmens - Cluster)

- Ein höheres Gewicht kommt in den letzten Jahren folgenden Aspekten zu:

Tagungszeit und Nichttagungszeit vor Ort sind oftmals gleich lang. Veranstalter und auch Teilnehmer wollen auch in der Nichttagungszeit vor allem ein positives gemeinsames Erlebnis haben, das geprägt ist von Anregung, Entspannung und Wohlfühlen

Weiche Faktoren, wie:

- Lage, Atmosphäre der Stadt

- Attraktivität der Stadt (touristisch, international...)
- Umfassendes, hochwertiges und vielfältiges Kulturangebot
- Entertainment und Genuss
- Wohlfühlfaktor

spielen daher eine zunehmend wichtige Rolle bei der Entscheidung über eine Tagungsdestination.

3.1.1 Bewertung des Tagungs- und Kongressstandortes

Die Abbildung stellt die Bewertung gängiger Kriterien für den Tagungs- und Kongressstandort Heidelberg dar. Diese fällt überwiegend positiv bis sehr gut aus, lediglich bei den Faktoren *Internationale Verkehrsanbindung* (aufgrund der Entfernung zum Flughafen Frankfurt) und *Hotelangebot der Stadt* hat Heidelberg Nachbesserungsbedarf.

Standortkriterien	1	2	3	4	5
Internationale Verkehrsanbindung			X		
PKW- und Bahnanbindung	X				
Qualität des Wirtschaftsstandortes	X				
Internationales Renommee Hochschule(n) und wissenschaftliche Einrichtungen	X				
Touristische Attraktivität der Stadt	X				
Qualität der Infrastruktur des Umfeldes		X			
Preis-Leistungs-Verhältnis des Angebotes		X			
Hotelangebot der Stadt (Fokus: Tagungsangebot)			X		
Attraktivität des Umlandes		X			
Image der Stadt	X				

Abbildung 4: Bewertung des Standortes

3.2 Bestand Kongressfacilitäten Heidelberg

Für die Bestandsaufnahme erfolgte eine Erhebung der verfügbaren Kongress- und Tagungsräumlichkeiten in der Stadt Heidelberg. Alle Räume wurden dafür im März 2013 aufgesucht und unter Bekanntgabe des Ziels (Bedarfsanalyse Neues Konferenzzentrum) befragt. Die Angaben zu den Häusern beruhen – neben Ergänzungen durch Internetrecherche - auf den Aussagen der jeweiligen Häuser.

Nur Veranstaltungsorte, die bestimmte Kriterien erfüllen, sind vergleichbar mit einem möglichen neuen Konferenzzentrum. Die Kriterien für die Auswahl:

- Angebote ab einer Größenordnung von über 200 Personen im größten Raum (in Reihen- bzw. Theaterbestuhlung)
- Vorhandensein zusätzlicher verfügbarer leicht erreichbarer Räume für Workshops, Meetings und Arbeitsgruppen

In Heidelberg erfüllen gegenwärtig **elf Veranstaltungsstätten** die genannten Kriterien. Andere erreichen die geforderten Standards nicht (z.B. Prinz Carl Palais/ Spiegelsaal).

Daneben gibt es verschiedene Räumlichkeiten der **Universität** Heidelberg, die die festgelegten Kriterien formal erfüllen. Für den externen Tagungsmarkt sind diese in der Praxis jedoch nur sehr eingeschränkt verfügbar. Sie sind nicht mit einem frei nutzbaren, bzw. buchbaren Angebot anderer Veranstaltungsstätten vergleichbar. Beispielsweise machte bereits die aktuelle Erfassung dieser Räume deutlich, dass eine Mietanfrage einen deutlich höheren Aufwand für einen potenziellen Veranstalter bedeuten würde.

Gleichwohl stellen speziell die universitären Räumlichkeiten eine attraktive Option für Kontakte oder Veranstaltungen dar, die aus dem wissenschaftlichen Betrieb der Universität selbst entstehen.

Nachfolgend werden die Steckbriefe der einzelnen Veranstaltungsorte wiedergegeben:

3.2.1 Altes Hallenbad

Größter Raum: Frauenbad

Kapazität: 250 Personen

zus. Räume: Markthalle und Räume für 30, 24 und 80 Personen

Betreiber: privat

Ausstattung: mobile Lichtanlage, mobile Bühne (erweiterbar) und Mobiliar, zwei Balkone vom Raum aus nutzbar, Raucherbereich

Parken gebührenpflichtige Parkhäuser in direkter Nähe

Lage: Innenstadtlage, grenzt an verkehrsberuhigten Straßenbereich, innerhalb eines Gebäudekomplexes Gastronomie und Einzelhandel sowie Hotel (ehem. Bad)

Anbindung: HBF: 2,0 km

Verfügbarkeit: frei

Service: Eventmanagement, hausinternen Gastronomie (urban kitchen, Markthalle) oder Fremd-Catering

Nutzung: Kultur, Konzerte, Events, Messen, Tagungen

Sonstiges: neuste Location in Heidelberg, Denkmalschutz, historisches Ambiente mit einer attraktiven Nachnutzung



Abbildung 5: Altes Hallenbad - Impressionen
(Fotos: CIMA 2013)

3.2.2 Augustinum

Größter Raum: Stiftstheater

Kapazität: 370 Personen (feste Bestuhlung)

zus. Räume: Vortragssaal für 50-60 Personen (ebenfalls mit Tagungstechnik)

Betreiber: Augustinum gGmbH (Senioren-Wohnstift)

Ausstattung: Bühne, Leinwand, feste Licht- und Tontechnik, Klimaanlage, Foyer als Ausstellungsfläche nutzbar, bzw. Empfänge oder Cateringbereich, Außenbereich nach Absprache

Lage: Stadtteil Emmertsgrund in Wohnumgebung

Anbindung: HBF: 7,0 km

Verfügbarkeit: frei, hausinternen Veranstaltungen haben Vorrang

Service: Catering nur im Foyer möglich (kleiner Getränke/Barbereich), hausinterne Bewirtung (Belvedere)

Nutzung: kulturelle Veranstaltungen (z.B. Theater), gelegentlich Versammlungen

Sonstiges: Zugang zum Gebäude erfolgt über einen externen Aufzug, keine eigenen Parkplätze (öffentliche Stellplätze in der Nähe)



Abbildung 6: Augustinum - Impressionen
(Fotos: CIMA 2013)

3.2.3 Bürgerhaus Heidelberg

Größter Raum:	Großer Saal
Kapazität:	432 Personen
zus. Räume :	Kleiner Saal (1/3 Abtrennung des Großen Saal) mit einer Kapazität von 272 Personen in Reihenbestuhlung, zusätzlich Panoramasaal
Betreiber:	TES e.V. Trägerverein des Emmertsgrunder Stadtteilmanagement
Ausstattung:	moderne technische Ausstattung (Bühnentechnik und Musiktechnik) mit varibaler Bühne, 300 m ² Foyer für Ausstellungen und Vernissagen, Nutzung des Foyers und der Terasse inklusive
Lage:	ruhig im Stadtteil Emmertsgrund
Anbindung:	HBF: 7,4 km
Verfügbarkeit:	frühzeitige Buchung wird empfohlen, über die Internetseite kann ein Belegungsplan der Räumlichkeiten auf der Homepage
Service:	Andienungsküche für die Zubereitung von kalten Speisen, darüber hinaus gehendes Catering ist mit einem der Kooperationspartner des Bürgerhauses wahrzunehmen: Kuneo GmbH, Partyservice Werner Hoch, partyservice Schulz oder Restaurant Belvedere
Nutzung:	private Feiern, Veranstaltungen von Firmen, Vereinen und Verbänden, Messen
Sonstiges:	Wiedereröffnung 2012, nach der Stadthalle der zweitgrößte städtische Saal Heidelbergs

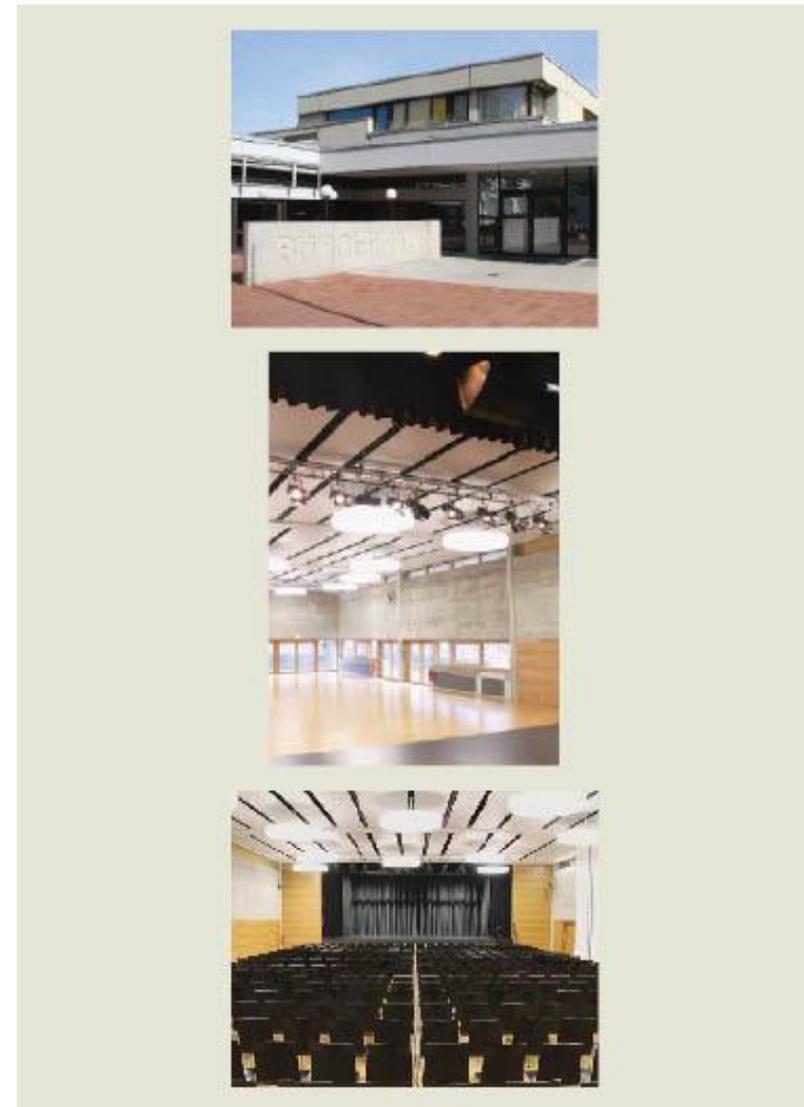


Abbildung 7: Bürgerhaus Heidelberg – Impressionen
(Fotos: TES e.V.)

3.2.4 Deutsch-Amerikanisches Institut

Größter Raum: Großer Saal
Kapazität: 250 Personen
zus. Räume: Bibliothek für kleine Gruppe (Vorträge, Lesungen)
Betreiber: Deutsch-Amerikanisches Institut. Das Haus der Kulturen.
(Schurman-Gesellschaft e.V.)
Ausstattung: mobile Bühne (24 m²), Tagungstechnik (Licht, Ton, Leinwand, Beamer), Lüftung ohne Klimaanlage, Bar, Ausstellungsfläche im EG
Lage: Innenstadtlage mit Einzelhandel im Umfeld
Anbindung: HBF: 2,3 km
Verfügbarkeit: eingeschränkt, festes eigenes Quartalsprogramm (Vorrang gegenüber externen Veranstaltungen)
Service: fester externer Caterer
Nutzung: Vorträge, Schulungen, kulturelle Veranstaltungen, wissenschaftliche Veranstaltungen (Universität)
Sonstiges: offenes Haus mit Publikumsverkehr (z.B. Bibliotheksnutzer), der bei Veranstaltungen nicht eingeschränkt wird; keine eigenen Parkplätze, gebührenpflichtige Parkplätze in der Nähe

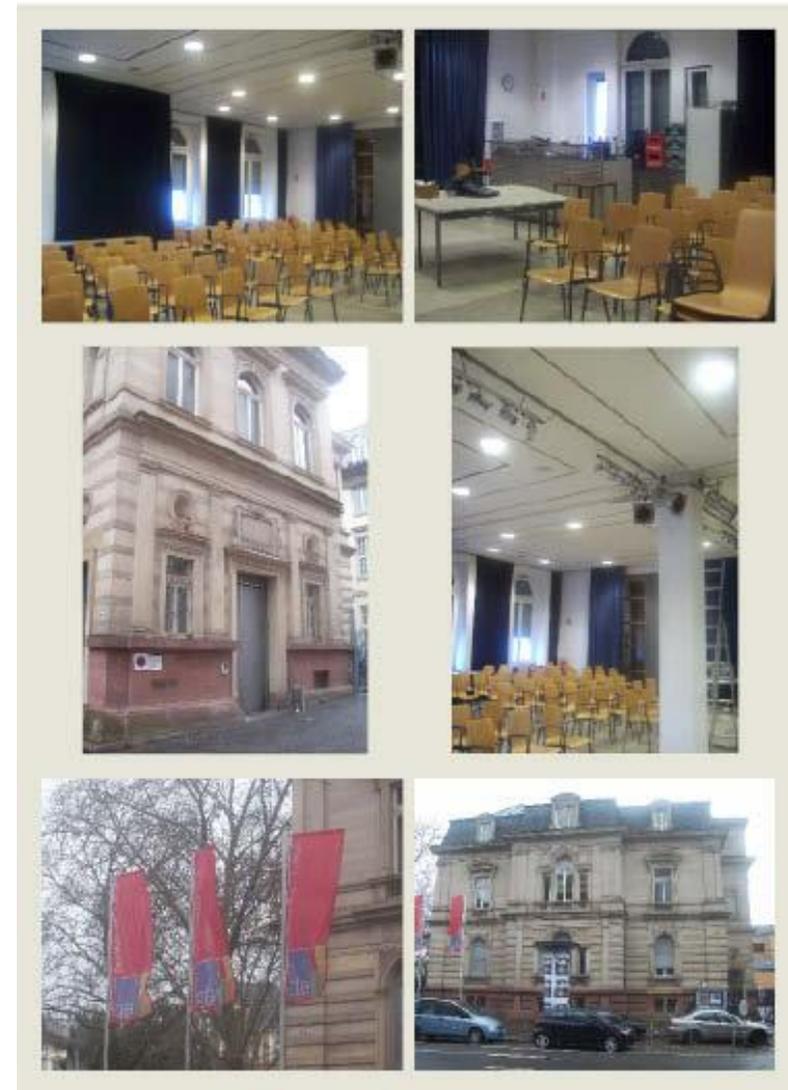


Abbildung 8: DAI – Impressionen

(Fotos: CIMA 2013)

3.2.5 Halle 02

Größter Raum: Halle
Kapazität: 400 Personen
zus. Räume: stehen zur Verfügung für Workshops in Kleingruppen
Betreiber: halle 02 GmbH & CO KG
Ausstattung: Licht- und Tontechnik, Leinwand, verschiedene Mikrofone, flexible Bühne, 1200 m² Ausstellungsfläche, Außenbereich nutzbar
Lage: Bahnstadt (Halle des ehemaligen Güterbahnhofs)
Anbindung: HBF: 1,5 km
Verfügbarkeit: eingeschränkt, Verfügbarkeit je nach eigenem Programm der Location
Service: ab 2014 internes Catering mit Restarant und Küche (externer Caterer möglich)
Nutzung: Schwerpunkt als Musik- und Eventlocation, möglich: Produktshows, Ausstellermessen und Vorträge
Sonstiges: Raum für kreativeres Ambiente, als in der Stadthalle, eigenes Organisationsteam, welches sich um die Durchführung der Veranstaltungen kümmert, „Green Events“ möglich (nach der Sanierung ab 2014), 200 kostenlose Parkplätze

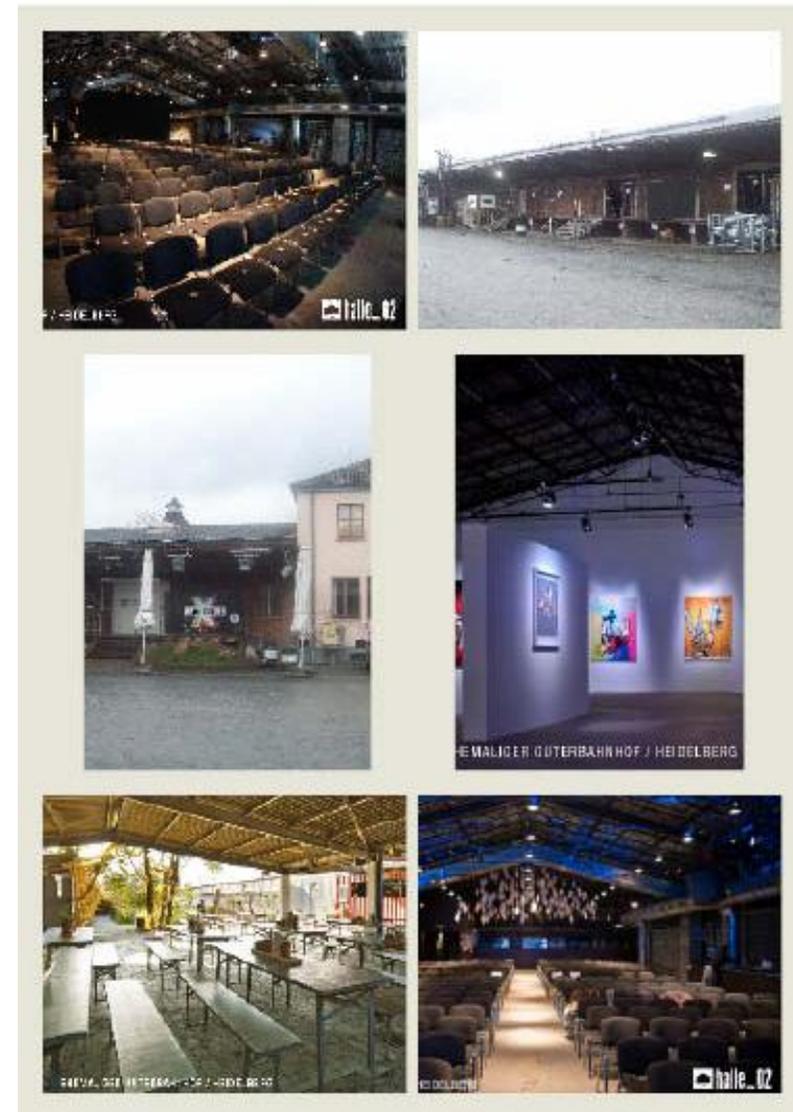


Abbildung 9: Halle 02 - Impressionen
(Fotos: CIMA 2013, halle 02)

3.2.6 Kulturhaus Karlstorbahnhof

- Größter Raum:** Großer Saal
Kapazität: 220 Personen
Räume: zwei Räume für 50 + 30 Personen, Theater für 20 Pers.
Betreiber: Kulturhaus Karlstorbahnhof e.V.
(Gebäude im städtischen Besitz)
Ausstattung: fest installierte Technik, Lüftung ohne Klimaanlage, Bühne mit Bühneneingang, Ausstellungsfläche im Foyer
Lage: am Neckar, Nähe zum Rathaus, Bahntrasse und Hauptverkehrsstraße umgeben das Gebäude
Anbindung: HBF: 6,5 km
Verfügbarkeit: eingeschränkt, da eigenes festes Programm im Haus (externe Vermietungen stehen hinten an)
Service: kein fester Cateringpartner, Theke vorhanden, Getränke sind vom Haus zu beziehen
Nutzung: Schwerpunkt im Bereich Konzerte, Comedy, Kabarett und Partys, teils auch Workshops
Sonstiges: soziokulturelles Zentrum (Eröffnung 1995), das verschiedene Vereine unter einem Dach vereint, Parkplätze in geringer Anzahl bei Veranstaltungen vorhanden, 100 separate kostenpflichtige Parkplätze

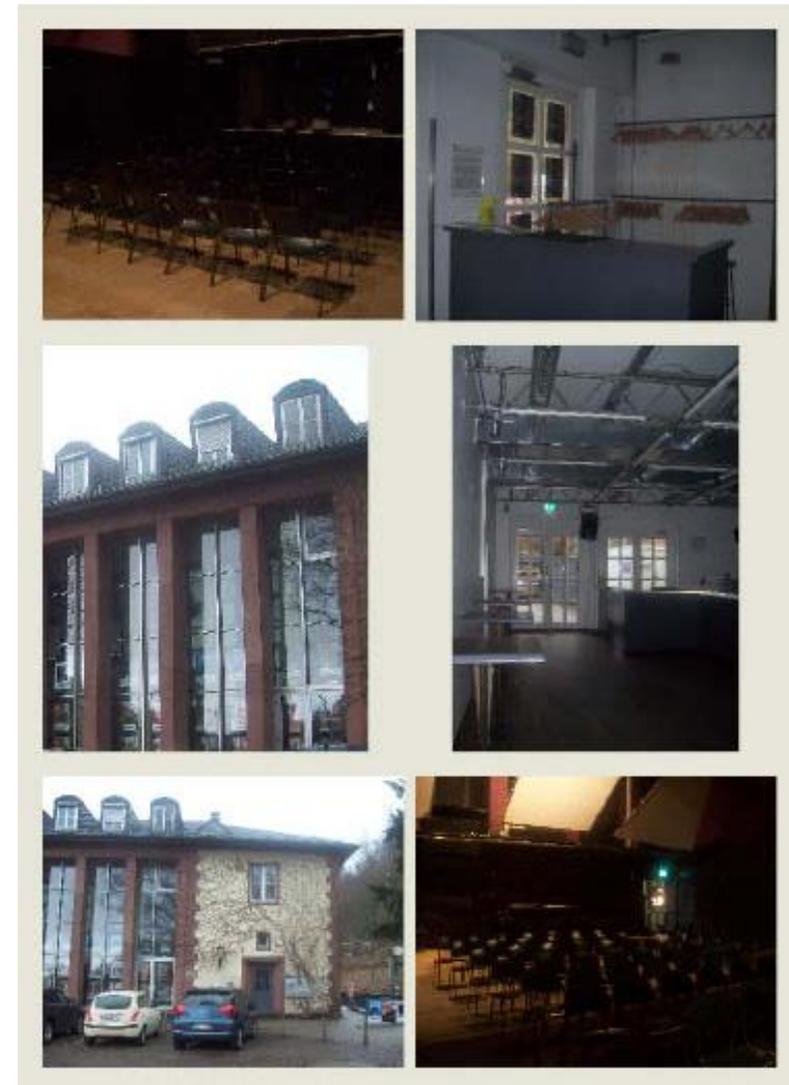


Abbildung 10: Kulturhaus Karlstorbahnhof - Impressionen
(Fotos: CIMA 2013)

3.2.7 Print Media Academy

Größter Raum: Auditorium
Kapazität: 210 Personen
zus. Räume: 24 Seminarräume in denen die Teilnehmerzahl aus dem Auditorium untergebracht werden kann (alle mit Tagungstechnik ausgestattet)
Betreiber: Heidelberger Druckmaschinen AG
Ausstattung: professionelle Ausstattung mit Licht, zusätzlich LED Beleuchtung, 2 HD Projektoren, Bühnenbeleuchtung, Funkmikrofone, Klimaanlage, Stellwände, Pinnwände, Foyer als Ausstellungsfläche nutzbar, 2 Techniker fest zuständig für das Auditorium
Lage: Zentrumslage, Mischnutzung in der Umgebung
Anbindung: HBF: gegenüber
Verfügbarkeit: frei, Vorausplanung jedoch wichtig da Stammkunden-Veranstaltungen stattfinden; bei Anfragen wird Terminfindung fokussiert
Service: 3 feste Caterer in 3 Preiskategorien im Haus (schwarz Das Restaurant, print media lounge, Heidelberg Catering Services)
Nutzung: viele Ärztekongresse, Verlage und Banken, keine politischen Veranstaltungen, weniger private Veranstaltungen und Kultur
Sonstiges: Eröffnung 2000, eigenes Eventmanagementteam, mehrere Veranstaltungen zeitgleich möglich, bei Buchung des Auditoriums ist das Foyer inbegriffen, Umstellung zur „Green Location“ (im Verlauf 2013), bis 200 kostenpfl. Parkplätze (Gebühr 5 €/P.)

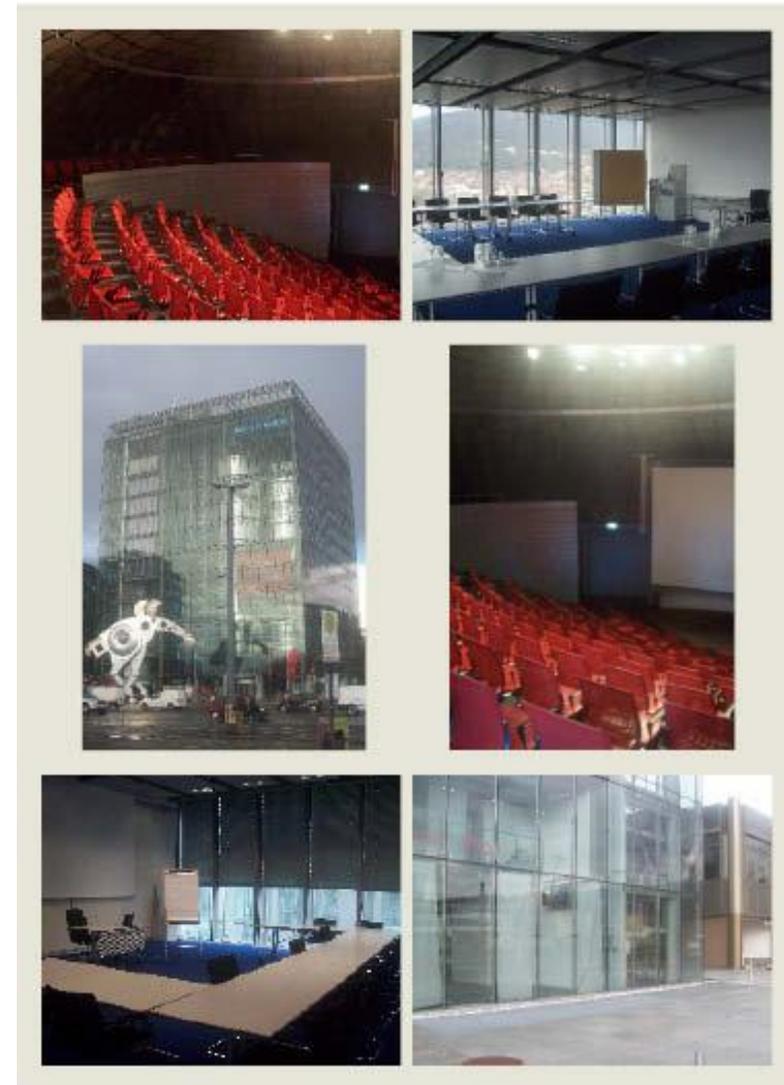


Abbildung 11: Print Media Academy - Impressionen
(Fotos: CIMA 2013)

3.2.8 Schloss Heidelberg

Größter Raum: Königssaal
Kapazität: 580 Personen
zus. Räume: max. 2 x 50 Personen möglich
Betreiber: Staatliche Schlösser und Gärten Baden-Württemberg
Ausstattung: Bühne, extra Beleuchtung an 2 Schienen, Lüftungsanlage ohne Kühlung, Flügel, Leinwand, Technik i.d.R. extern zu organisieren
Lage: repräsentative ruhige Lage oberhalb des Stadtkerns, Wonnutzung in der Umgebung
Anbindung: HBF: 3,2 km
Verfügbarkeit: frei - außerhalb eigener Veranstaltungen (bspw. Heidelberger Schlossgespräche)
Service: fester Caterer - Heideberg Schlossrestaurant und Event GmbH
Nutzung: private Feiern, Firmenveranstaltungen, Kongresse, Bälle und Konzerte
Sonstiges: sehr eingeschränkte Parkmöglichkeiten (7 Parkplätze die zum Schloss gehören), Toiletten im Keller, Anmietung des Hofes separat möglich, Fasskeller

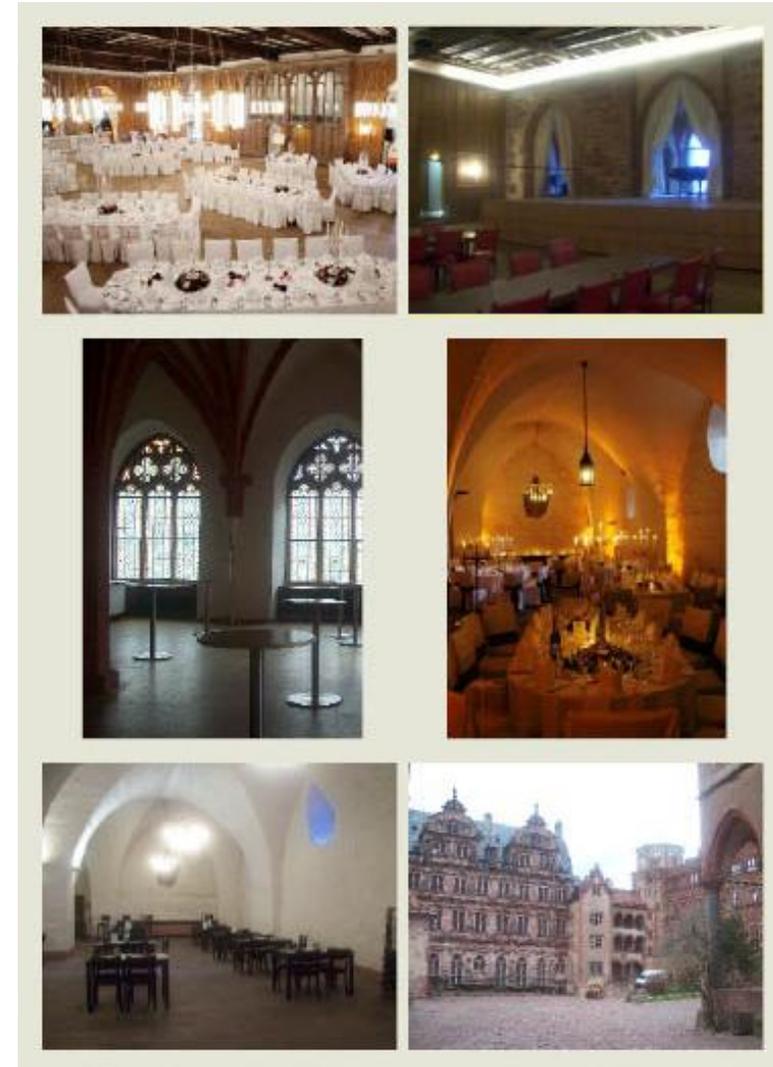


Abbildung 12: Schloss Heidelberg - Impressionen
(Fotos: CIMA 2013, Schloss Heidelberg)

3.2.9 UnterwegsTheater

Größter Raum: Hebelhalle
Kapazität: 350 Personen
zus. Räume: zwei Räume (ab Juni 2013)
Betreiber: aha- UnterwegsTheater ggmbH
Ausstattung: moderne Lichttechnik, Leinwand und Videotechnik, zusätzliche Technik von externen Anbietern, Foyer mit kleiner Bar, Garderobenservice
Lage: Gewerbeeinrichtungen um Umfeld, die Halle selber war ehemals Lagerräumlichkeit
Anbindung: HBF: 1,5 km
Verfügbarkeit: eingeschränkt, Vorrang für eigene Veranstaltungen
Service: Bewirtschaftung durch das Vertrags- Cateringunternehmen
Nutzung: gegründet, um Tanz, Akrobatik und Schauspiel zu vereinen und neue szenische Arbeit zu begründen, Messen (Trend- und Designmessen), Ausstellungen, Vorträge, künstlerische Veranstaltungen, keine Vermietung als Party-Location
Sonstiges: gute Erreichbarkeit durch ÖPNV, vor der Halle befindet sich ein eigener Parkplatz Gebäudeerschließung sowie Innenbereich behindertengerecht



(Fotos: CIMA 2013)

3.2.10 Stadthalle Heidelberg

Größter Raum: Großer Saal

Kapazität: 1.250 Personen

zus. Räume: 11 weitere Räume für 25-120 Personen
(z.B. Ballsaal 224 Personen, Kammermusiksaal (220 Personen))

Betreiber: Heidelberg Marketing GmbH

Ausstattung: Ton-, Projektions- und Beleuchtungstechnik,
Kommunikationstechnik,

Lage: in der Heidelberger Altstadt am Neckar, gute Anbindung
durch ÖPNV

Anbindung: HBF: 2,5 km

Verfügbarkeit: eingeschränkt, eigenes Programm

Service: hauseigenes Catering

Nutzung: Konzerte, Kultur, Vorträge, Tagungen

Sonstiges: Parkmöglichkeiten vorhanden

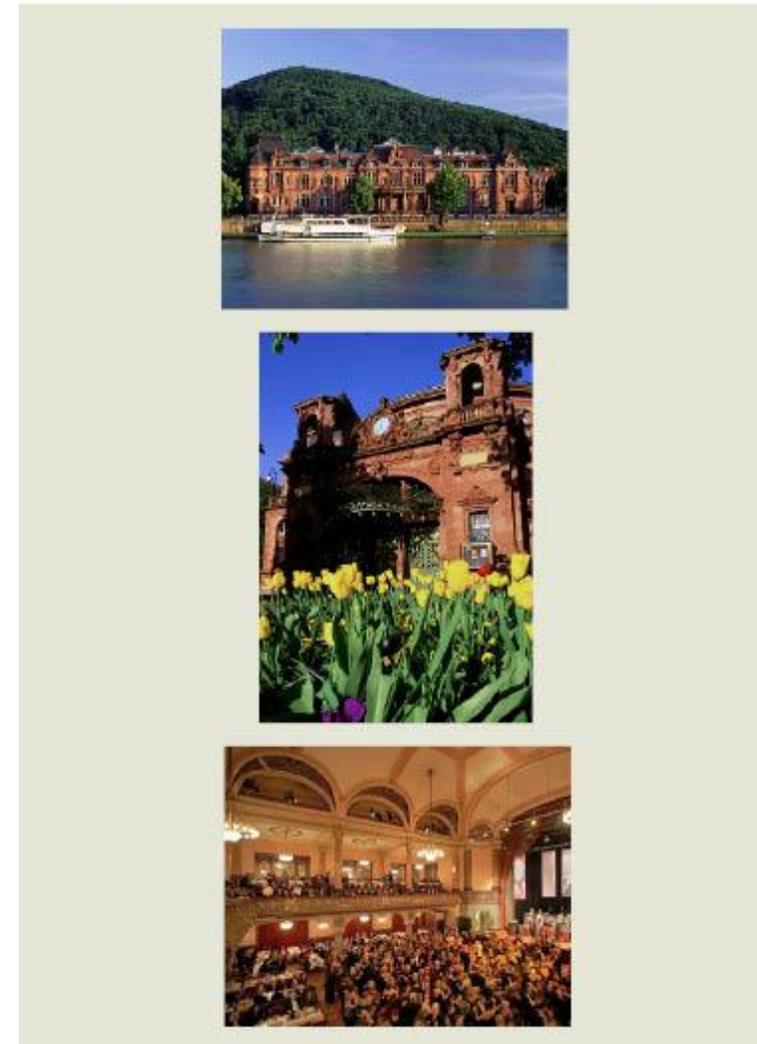


Abbildung 13: Stadthalle Heidelberg - Impressionen
(Fotos: Heidelberg Marketing GmbH)

3.2.11 Portland Forum

Größter Raum: Großer Saal
Kapazität: 340 Personen
Betreiber: HeidelbergCement AG
Räume: Foyer, Empore, 3 Konferenzräume (20-60), zusätzlich Ausweich in das benachbarte Museum möglich (25-30 Personen)
Ausstattung: 200 Parkplätze, 40 m² Bühne mit Backstagebereich, Licht- und Tontechnik, Leinwand, Projektor
Lage: Leimen (in direkter Nachbarschaft zu Heidelberg)
Anbindung: HBF HD: 5,0 km
Verfügbarkeit: frei
Service: zwei feste Catering Partner
Nutzung: Schwerpunkt Firmenveranstaltungen jeder Art
Sonstiges: frei stehendes Gebäude im Jugendstil, Gebäude komplett renoviert, EG behindertengerecht



Abbildung 14: Portland Forum - Impressionen

(Fotos: CIMA 2013)

3.2.12 Hotels

Desweiterhin sind sechs der örtlichen **Hotels** in der Lage, die Kapazitäten bereitzustellen. Die Hotels informierten schriftlich über ihre Leistungen im Bereich Tagungen und Veranstaltungen. Andere Hotels in Heidelberg entsprechen nicht den aufgestellten Kriterien (z.B. Europäischer Hof mit max. 160 Personenkapazität in Reihe).

Hotel	Raum	Kapazität (Reihe)	zusätzliche Räume	Ausstattung	Lage	Verfügbarkeit	Service	Sonstiges
Holiday Inn	Baden-Württemberg	280 Pers.	Glasfoyer (100 m ²)	Standardtechnik für Tagungen, Klimaanlage, kostenpflichtige Parkplätze	Stadtteil Kirchheim, 3,5 km bis zu Innenstadt	frei, Organisation der Veranstaltung über hoteleigene Bankettabteilung	Fullservice Hotel mit hoteleigenem Restaurant und Inhouse Catering	teils behinderten-gerecht; sehr wenige Veranstaltungen der Universität
Molkenkur	Spiegelsaal	270 Pers.	Staufensaal: 220 Personen, Welfenzimmer: 50 Personen	Standardtechnik für Tagungen, 120 kostenfreie Parkplätze	oberhalb vom Schloss/ Altstadt	frei	Inhouse Catering	
Marriott	Friedrich Hegel I+II	300 Pers.	7 Meeting-räume	Standardtechnik für Tagungen, Tageslicht, EG, Klimaanlage, hoteleigener Bootssteg, gebührenpfl. Parkplätze,	nahe Hbf, am Stadteingang, Lage am Neckar	frei, Organisation der Veranstaltung über hoteleigene Bankettabteilung	Inhouse Catering Service	behindertengerechte Toiletten, Rampe, barrierefreies Zimmer
Crowne Plaza	Kurpfalz I + II	300 Pers.	7 Veranstaltungs-räume	Standardtechnik für Tagungen, 729 m ² Ausstellungsfläche, gebührenpfl. Parkplätze	Altstadt	frei	verschiedene Menüoptionen	1 behindertengerechtes Zimmer,
arthotel	Atrium 1+2+3 (teilbar)	200 Pers.	4 Konferenz-räume, Foyer, Gewölbekeller	Moderne Tagungstechnik, gebührenpflichtige Parkplätze	zentrale Lage unterhalb des Schlosses/ Altstadt	frei	Hochzeits- und Veranstaltungsservice	BusinessHotel, private Feiern, Denkmalschutz, behindertengerechte Zimmer
Villa Toskana (Leimen)	Toskana	250 Pers.	12 Konferenz-räume	Standardtechnik für Tagungen, kostenlose Parkplätze	Leimen, Nähe zu HD (7 km)	frei	Veranstaltungsservice, Inhouse Catering	mediterranes Ambiente

Tabelle 1: Andere Veranstaltungsorte

3.3 Bewertung Bestand Heidelberg

Die Bewertung der erfassten Veranstaltungsstätten erfolgt nicht bezogen auf den Status Quo, sondern in Bezug auf ein potenzielles neues Konferenzzentrum in Heidelberg und den so entstehenden Wettbewerb bei der Durchführung von Kongressen und Tagungen.

Als Grundlage für die Bewertung dienen Gutachten aus dem Jahre 2008 (Schwägermann) mit der Definition eines möglichen neuen Konferenzzentrums:

- Plätze: 1.200-1.500 (Reihe)
- Räume: 3 Säle (kombinierbar) plus Tagungs- und Seminarräume.

Es erfolgt gleichzeitig eine Aussage darüber, inwiefern ein Neues Konferenzzentrum eine Konkurrenz für die heutige Stadthalle darstellt, wenn diese dann eine Neuausrichtung in Richtung Kulturveranstaltungen/ Bürgerhaus erhalten würde.

	Neues Konferenzzentrum			Stadthalle (nach Neuausrichtung ‚Kultur‘)
	WETTBEWERB STARK	WETTBEWERB MÄßIG	WETTBEWERB GERING	WETTBEWERB VERSTÄRKT
Print Media Academy				-
Altes Hallenbad				X
Halle 02				X
Stadthalle				O
PortlandForum				-
Schloss Heidelberg				X
Bürgerhaus				-
Augustinum				-
DAI				-
Karlstorbahnhof				-
UnterwegsTheater				-

Aus Sicht der CIMA besteht mit der *Print Media Academy* nur ein echter Wettbewerber für ein mögliches neues Konferenzzentrum im Stadtgebiet Heidelberg. Die professionelle Ausstattung und Organisation und der moderne, ansprechende Rahmen sind vergleichbar mit einem angestrebten Standard eines möglichen neuen Konferenzzentrums.

Vier weitere Locations würden bei der Umsetzung eines neuen Konferenzzentrums aufgrund ihrer Besonderheiten (z.B. Lage oder Ambiente) als mäßige Wettbewerber - besonders für kleinere Veranstaltungen - auftreten. Diese Betriebe würden jedoch indirekt durch die Auswirkungen eines neuen Angebotes betroffen sein, da die *Stadthalle* ein neues, voraussichtlich auf Kultur ausgerichtetes Konzept umsetzen wird. Somit entstünde eine weitere Location für Kulturveranstaltungen. Dieser Markt ist dann neu aufzuteilen (siehe Kapitel 4.2.).

Alle anderen Veranstaltungsorte aus Heidelberg weisen – im Bezug auf die Durchführung von Tagungen und Kongressen etc. – keinen oder nur einen sehr geringen Wettbewerbsfaktor auf.

Das *Schloss Heidelberg* wird seine baulichen Defizite, wie fehlende Parkplätze und fehlende zusätzliche Räume zukünftig nicht abstellen können. Es besteht hier allerdings die Chance, sich zu einem besonderen Zusatzangebot mit "lokalem Flair" zu entwickeln.

	Neues Konferenzzentrum		
	WETTBEWERB STARK	WETTBEWERB MÄßIG	WETTBEWERB GERING
Hotel Holiday Inn			
Hotel HD Marriott			
Hotel Crowne Plaza			
Villa Toskana			
Hotel Molkenkur			
arthotel			

Tabelle 2: Bewertung des Wettbewerbes

Die lokalen Hotels stellen aus Sicht der CIMA nur einen mäßigen Wettbewerb für ein mögliches neues Konferenzzentrum dar. Hier werden sich jedoch positive Synergien im Übernachtungsmarkt ergeben. Nichtsdestotrotz ist die Unterbringung der Gäste und Besucher in unmittelbarer Nähe zum Veranstaltungsort Standard bei Konferenzzentren der angestrebten Größenordnung. Daher sollte bei einer weiteren Konkretisierung der Planung die Ansiedlung bzw. Erweiterung geeigneter Hotelkapazitäten in unmittelbarer Nähe zum Kongress- und Tagungszentrum unbedingt Berücksichtigung finden.

3.4 Wettbewerb Region

Heidelberg ist eingebunden in eine lebendige und starke Metropolregion, deren Veranstaltungs- und Kongresshäuser sich mehrheitlich über den *Marketingverbund Convention Bureau Metropolregion Rhein Neckar* vermarkten. Neben Veranstaltungsstätten und kleineren Facilitäten (12, die vom Convention Bureau MRN vermarktet werden) steht ein mögliches neues Konferenzzentrum in Heidelberg im Wettbewerb mit einer Reihe von teils jungen und dementsprechend modernen Kongress- und Tagungshäusern. Diese Häuser wurden erfasst und unter folgenden Kriterien hinsichtlich des Wettbewerbs bewertet:

- deutliche Orientierung auf Tagungen und Kongresse,
- Räume, Technik und Ausstattung, die dem Standard eines modernen Konferenzzentrum entsprechen,
- Kapazität des größten Raumes > 500 Personen,
- Hotel in direkter oder fußläufiger Nähe (Grundvoraussetzung für die Durchführung eines Kongresses für Veranstalter),
- Umkreis ca. 60 Kilometer (entspricht u.a. dem Vermarktungsverbund Convention Bureau MRN).

Folgende Orte wurden als Wettbewerbsstandorte identifiziert.

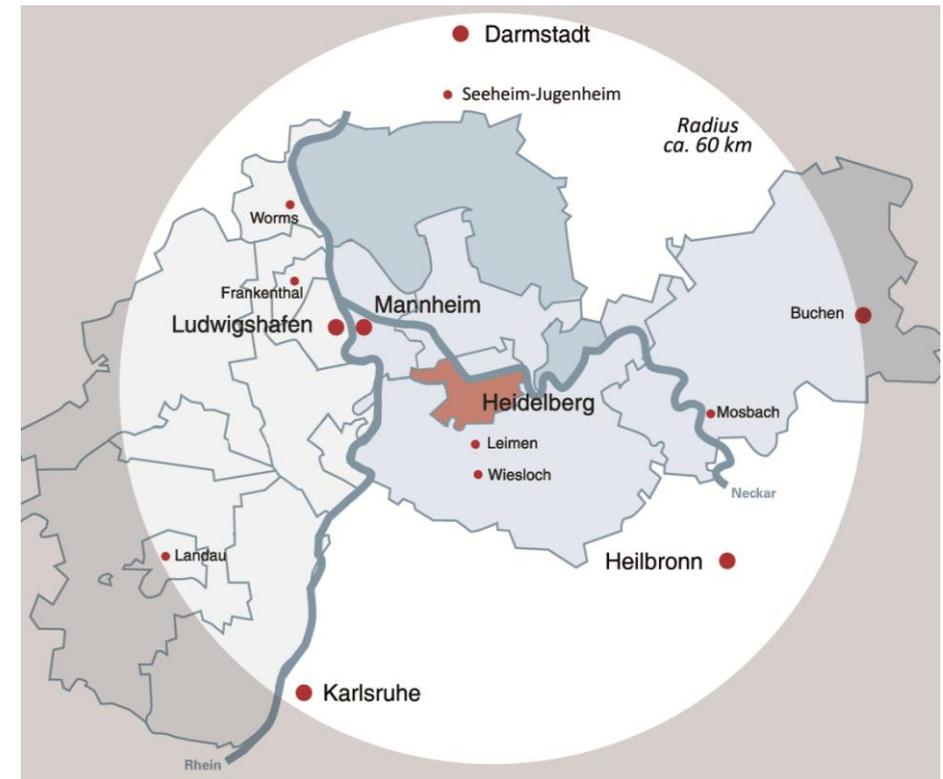


Abbildung 15: Wettbewerbsstandorte Region

Karte: Convention Bureau MRN; Bearbeitung: CIMA 2013

Folgende Häuser werden innerhalb der Region als Wettbewerber eingestuft.

Ort	Veranstaltungsstätte	Entfernung HD	größter Raum		weitere Räume	Nutzung	Anmerkung
			Name	Kazität (Reihe)			
Frankenthal	Congress Forum	6 km	Großer Saal	1.017	Kleiner Saal, Tagungsbereich mit 5 Räumen (bis 110 Pers.), Foyers, Restaurants, Hotel in Nachbarschaft	Kultur, Events, Tagungen	
Landau	Jugendstil-Festhalle	67,1 km	Großer Saal	1.049	Kleiner Saal, Foyer, 3 Salons, Musikzimmer, Konzertgarten, Hotel in Nachbarschaft	Tagungen, Konferenzen, Vorträge, Bälle, Konzerte, Kultur	Gebäude denkmalgeschützt, versenkbarer Hubboden
Ludwigshafen	BASF	25 km	Feierabendhaus	1.000	Bankett- und Tagungsräume, Wintergarten, Kammermusiksaal	Großveranstaltungen, Konzerte, private Feiern	eingeschränkte Verfügbarkeit (BASF)
	Pfalzbau	22 km	Theatersaal	1.141	Konzertsaal (1.040), Kammersaal (300), Studio (177), 6 Foyers, 6 Tagungsräume (50-83, kombinierbar)	Theater, Konzerte, Tagungen, Veranstaltungen	Verbindung von Kultur und Business; ohne direkten Hotelanschluss
Mosbach	Alte Mälerei	66 km	Großer Saal	889 (teilbar)	Foyer, Hopfenkeller, 4 Seminarräume (40-125)	Tanz, Theater, Feiern, Tagungen, Messen	Bühne, Hotels fußläufig erreichbar
Mannheim	Congress Center Rosengarten	19 km	Wolfgang Amadeus Mozart	2.255	43 weitere Säle (z.B. Musensaal / 1.367, Gustav Mahler / 1.162, weitere 3 Räume > 500 Personen) 15 Seminarräume, Foyers	Tagungen, Kongresse, Events, Theater, Konzerte, Bühnenshows, Live-Acts	mit einer Gesamtfläche von 22.000 qm größter und räumlich flexibelster Anbieter der Region , direkter Hotel-Anschluss
Wiesloch	Best Western Palatin Kongresshotel	15 km	Staufersaal	833	16 Tagungs- und Seminarräume (100-270 Pers.), Foyer,	Tagungen, Seminare, Kongresse, Messen, Kulturevents	Tagungshotel
Worms	Tagungszentrum	47 km	Mozartsaal	801	6 Säle (25-80 Pers.), Foyer,	Tagungen, Seminare, Kongresse, Messen, Kulturevents	Einheit mit Theater Worms (zusätzl. 844 Pers.)
Karlsruhe	Stadthalle	57,7 km	Johannes Brahms-Saal	1.760	8 weitere Säle (bis 1400 Pers.) und 17 Seminarräume, 3 Foyers, Pressezentrum, Hotel	Tagungen, Seminare, Kongresse, Messen, Kulturevents	Bestandteil des "Kongresszentrums" auf dem Festplatz mit Gartenhalle, Konzerthaus und Schwarzwaldhalle
Darmstadt	Darmstadtium	62,3 km	Kongresssaal	1.050-1.199	Weitere Konferenzräume für 12-300 Personen, Lounge für kleinere Veranstaltungen nutzbar	Kongresse, Tagungen, Produktpräsentationen, Messen	Direkte Anbindung und Verbindung zu Hotel durch Fußgängertunnel, Nachhaltigkeit wichtig für Ausrichtung des Hauses
Buchen	Stadthalle	65,3 km	Großer + kleiner	528	Eine Galerie und ein	Theater, Festivals,	Variable Flächenkonzepte,

			Saal		Multifunktionsraum (60 Pers.) stehen zur Verfügung	Kongresse, Seminare	Steinway-Flügel gehört zur regulären Ausstattung
Heilbron	redblue	66,9 km	Eventhalle B Eventhalle A Forum	3.000 1.700 500	2 Konferenzräume (für 40 + 80 Personen), Sportsbar für 50 Personen, alle Räume sind mit Beamer ausgestattet	Tagungen, Seminare, Gala Abende, kulturelle Veranstaltungen, Messen	Hohe Wandelbarkeit der Räume, Hotels in näherer Umgebung
Seeheim	Lufthansa Training & Conference Center	50,4 km	Bonhoeffer	598	68 Seminarräume für 5-31 Personen, weitere Räume für max. 107 Personen	Tagungen, Kongresse, Training & Dialog (Workshops, Vorträge, Coaching)	2009 Eröffnung nach Neubau, integriertes Hotel

Tabelle 3: Wettbewerber in der Region

Die angestrebte Größe und Kapazität des möglichen neuen Konferenzzentrums in Heidelberg lassen Wettbewerbssituationen zu Veranstaltungsorten in der Region entstehen. Nach Ansicht der CIMA entsteht gegenüber den meisten identifizierten Angeboten in der Region ein Wettbewerb, der - auch bei prognostiziertem allgemeinem Marktwachstum - einen Verdrängungswettbewerb verursachen wird.

Vor allem eine mögliche Wettbewerbssituation zu den Häusern in den nahegelegenen Städten Ludwigshafen und Mannheim sind genauer zu betrachten:

- Pfalzbau (Ludwigshafen):
- Congress Center Rosengarten (Mannheim):
- Feierabendhaus /BASF (Ludwigshafen):

3.5 Altgutachten

Erste Gutachten zum Thema Tagungs- und Kongresshalle Heidelberg stammen aus dem Jahr 1989.

Die CIMA kommt nach Lektüre und Auswertung der einzelnen Arbeiten zu folgenden Feststellungen:

- Die zu einem bestimmten Zeitpunkt erfolgte Einengung der „alten“ Gutachten auf den Standort „Stadthalle“ hatte auch Auswirkungen auf die Qualität der projektierten Lösungen.
- Übereinstimmung besteht in der Einschätzung, dass der Standort Heidelberg unter Würdigung aller Rahmenbedingungen (Stadtgröße, Unternehmensbesatz, Wissenschaftsstandort, weiche Standortfaktoren) ausgesprochen gut geeignet ist.
- Übereinstimmend wird eine Erweiterung der Hotelkapazitäten als notwendig erachtet.
- Die unterstellte positive Entwicklung des Tagungs- und Kongressmarktes in Deutschland wird geteilt und hat sich im Wesentlichen auch entsprechend der Prognosen entwickelt.
- Mit wenigen Ausnahmen sind hinsichtlich der Bedarfsermittlung keine Primärdaten erhoben worden.
- Die Aussagen zur empfohlenen Größe der Halle variieren zwischen 1.150 - 1.600 Personen (Reihenbestuhlung). Diese Größenordnung sollte auch für eine erneuerte Planung Gültigkeit haben, wobei eher vom oberen Rand der Kapazität ausgegangen werden sollte.

4 POTENZIALE FÜR EIN NEUES KONFERENZZENTRUM

Status (Stadthalle):

- Die Stadthalle ist ein über 100 Jahre altes Veranstaltungsgebäude in zentraler Altstadtlage direkt am Neckar. Sie befindet sich in Besitz der Stadt Heidelberg und fasst maximal 2500 Besucher. Es gibt verschiedene Räume mit Größenordnungen von 20 in kleineren Tagungsräumen bis 1200 Personen im großen Saal. Die Infrastruktur für Veranstaltungen ist durch die baulichen Vorgaben schwierig. Insbesondere Technik für Konferenzen und Tagungen muss extern eingekauft und temporär installiert werden.
- Derzeit werden ca. 250 Veranstaltungstage mit über 170 Veranstaltungen umgesetzt. Das Portfolio der Veranstaltungen setzt sich wie folgt zusammen:
 - Kulturelle und gesellschaftliche Veranstaltungen ca. 61%
 - Tagungen, Kongresse und Wirtschaftsveranstaltungen ca. 39 %

Wirtschaftlichkeit:

- Der Betrieb wird in verschiedenen Formen durch die Stadt Heidelberg bezuschusst. Insbesondere Kulturveranstaltungen erhalten eine teilweise Rabattierung auf reguläre Mietpreise von bis zu 40 % und tragen somit in der betriebswirtschaftlichen Betrachtung nicht zu einem Ertrag bei. Der leicht profitable Tagungsbereich kann diesen Effekt nicht kompensieren.

Ziele:

- Die Ziele der aktuellen Ausrichtung und Positionierung sind:
 - Verbesserung der Vermarktung und Erschließung weiterer Auslastungsfelder
 - Optimierung Imagepositionierung, Vermarktung und Verkauf
 - Öffnung des Hauses für intensivere Nutzung durch Bürger und Gesellschaft

Bedarf:

- Es gibt durchgehend Anfragen von Veranstaltern, Unternehmen und Organisationen, die aktuell von der Stadthalle und auch vom Standort Heidelberg nicht bedient werden können. Die wichtigsten Gründe hierfür sind:
 - fehlende Kapazität (Anfragen > 1000)
 - fehlende Verfügbarkeit (oftmals wegen priorisierter Belegung durch Kultur)
 - mangelnde Hotelkapazitäten im Zeitfenster
 - nicht passende räumliche Infrastruktur und Veranstaltungskompatibilität
 - niedrigere Preiserwartung (vorwiegend Kulturveranstalter).

Auswirkungen:

- Der ertragsintensive Umsatzbereich wird zu 90% in ein neues Konferenzzentrum übersiedeln.
- Sollte das neue Konferenzzentrum auch eine Nutzung durch die Kultur anbieten, wird auch aus dem Umsatzvolumen des Kulturbereiches mit entscheidenden Abgängen zu rechnen sein.
- Die Stadthalle muss diesen erheblichen Wegfall von Auslastungsvolumen auffangen.

- Es besteht die große Gefahr, dass die Stadthalle „austrocknet“.
- Der städtische Zuschuss wird signifikant steigen, um die betriebswirtschaftliche Schieflage auszugleichen.

Fazit:

- Ein neues Konferenzzentrum muss für den Standort Heidelberg immer eng mit der Stadthalle in einem ganzheitlichen Konzeptansatz gesehen werden.
- Beide Häuser können sich hervorragend ergänzen und am Markt als eine Einheit auftreten (zusätzlicher USP).
- Die defizitären Folgen für die Stadthalle sind so teilweise zu kompensieren und durch das erweiterte Angebot gelingt die Erschließung neuer Märkte.
- Beispiel: Medizinischer Kongress in Heidelberg. 1000 Teilnehmer. Tagen im hochmodernen wissenschaftlichen Konferenzzentrum. Eröffnungsempfang und Abschluss-Galaessen in der Stadthalle.
- Folgende Leitgedanken sind hierfür notwendig:
 - Komplementäre Betreiberkonzepte zwischen Stadthalle und NKZ (konzeptionell und inhaltlich wie evtl. auch betriebswirtschaftlich)
 - Reines Tagungs- und Konferenzkonzept für ein NKZ (Mononutzung, hochmodernes und zukunftsorientiertes wissenschaftliches Tagungszentrum)
 - Eindeutige Positionierung der Stadthalle als Kultur- und Gesellschaftshaus (Hochwertige Kulturveranstaltungen, Konzerte, Empfänge, Galaveranstaltungen etc.)

Wirtschaftliche Auswirkungen dieser Betrachtungsweise

- niedrigere Investitionskosten für ein NKZ
- Ertüchtigung der Stadthalle für vorwiegende Kulturnutzung
- betriebswirtschaftliche Kompensationsmöglichkeiten zwischen beiden Häusern

5 BEDARF UND WIRTSCHAFTLICHE EFFEKTE

5.1 Bedarf Professional Congress Organizers (PCO)

Im Rahmen der Bedarfserhebung wurde eine Einschätzung folgender in Deutschland aktiven Tagungs- und Kongressveranstalter erfragt.

- Eurokongress
- CPO Hanser Service
- Congrex Travel AG
- machtWissen.de AG
- Süddeutscher Verlag Veranstaltungen GmbH

Erfahrungen PCOs

- verschiedene PCOs sind bereits mit kleineren Veranstaltungen in HD präsent
- für einzelne Anbieter ist Heidelberg zu klein für die Bedürfnisse der Kunden
=> HD hat daher keine Relevanz für sie, da nur absolute A- Standorte bespielt werden
- zwei haben keine Erfahrungen mit HD

Einschätzung Bedarf PCOs

- als B-Standort kann HD international vermarktet werden (z.B. besser als Mainz)
- Kein Wettbewerb zu den A-Standorten Frankfurt, Berlin u.a.
- wichtig: lokaler und regionaler Bedarf „all business is local“ (z.B. Deutsches Krebsforschungszentrum, Universität, national und international tätige Unternehmen)

5.2 Bedarf Unternehmen, Institute und Universität

- Bedarf ergibt sich nach allen Erfahrungen bestehender Kongresshäuser in erheblichem Umfang aus den Instituten der Universität. Die in Heidelberg geführten Gespräche bestätigen diese Erfahrung nachhaltig.
→ allerdings ist ein enger Schulterschluss und dauernde Abstimmung zur Akquisition von Kongressen erforderlich; hier handelt es sich i.d.R. um eine „Bringschuld“ des Betreibers des Konferenzzentrums.
- Aus den Forschungsinstituten ergeben sich unterschiedliche Bedarfe (z.B. EMBL vs. DKFZ und andere).
- Der Unternehmensbestand einschlägiger (Kongress- und tagungsrelevanter) Betriebe ist in Heidelberg und der Region überdurchschnittlich; daraus ergeben sich unmittelbare Anknüpfungsmöglichkeiten und Bedarfe (Fortbildungs- und Schulungsveranstaltungen, Tagungen von Branchenverbänden, Jahreshauptversammlungen etc.)

5.3 Wirtschaftliche Effekte

5.3.1 Arbeitsplatzeffekte

Ein Kongress- und Tagungszentrum der in Aussicht genommenen Größenordnung **schafft unmittelbar ca. 25 Arbeitsplätze** (Vollzeit, ohne Gastronomie); es entsteht eine Bruttolohnsumme von ca. 1- 1,2 Mio.EUR.

5.3.2 Betrieb der Halle

Kapazitäten mit der beschriebenen Aufgabenstellung können im operativen Geschäft **mit einem ausgeglichenen Ergebnis** betrieben werden. Eine klassische Rentabilität unter Berücksichtigung von Abschreibungen, Steuern, Instandhaltungsrücklagen etc. ist nicht darstellbar; eine Unterdeckung ist zu kalkulieren.

5.3.3 Gesamtwirtschaftlicher Effekt

Die Qualität eines neuen Tagungs- und Kongresszentrums besteht in der Zukunftssicherung des Standortes, der weiteren Aufwertung seiner Infrastruktur und der Generierung zusätzlicher Wertschöpfung durch die Nutzer.

Die aus dem Betrieb unmittelbar ableitbaren kommunalen Steuereinnahmen (im Kern Gewerbesteuer, Anteil an Lohn- und Einkommenssteuer) können basierend auf langjährigen Auswertungen mit dem 0,025 fachen der Nettoumsätze im Primärbereich berechnet werden.

Hieraus entstehen ergänzend zusätzliche Steuereinnahmen in Höhe von **231.000 EUR- 274.500 EUR.**

5.3.4 Umwegrentabilität

Jeder Tagungsgast tätigt im Rahmen seines Aufenthaltes weitere Ausgaben vor Ort bzw. „verursacht“ weitere Einkommen und Umsätze. Diese so genannte Umwegrentabilität erzielt erhebliche wirtschaftliche Effekte.

A. Umsätze Stufe 1: Hotels, Restaurant, Einzelhandel, Transportunternehmen (Angaben netto)

- Tagesveranstaltung: 38 – 46 EUR pro Tag und Gast
- mehrtägige Aufenthalte: 120 – 135 EUR pro Tag und Gast (inkl. Hotelkosten)

Bei 200.000 zusätzlichen Besuchern (unterer Wert der Erfahrungswerte vergleichbarer Einrichtungen) ergeben sich bei Aufteilung im Verhältnis 90:10 zwischen Tagesgästen und Mehrtagesgästen folgende Umsatzerwartungen:

- 6.840.000 EUR – 8.280.000 EUR (180.000 Tagesgäste)**
- 2.400.000 EUR – 2.700.000 EUR (20.000 Übernachtungsgäste)**

B. Umsätze Stufe 2: Zulieferer von Lebensmitteln, Reinigungen, Werbeagenturen, Versicherer, Gartenpflege, Steuer- und Rechtsberatung, Handwerksleistungen etc.

- i.d.R. Umsatz in Höhe des 1,3 fachen Umsatz aus Stufe 1
- Erwartungswert: **12.012.000 EUR – 14.274.000 EUR**

In dieser Betrachtung wird deutlich, dass der Betrieb eines Tagungs- und Kongresszentrums durchaus erhebliche wirtschaftliche Effekte für den Standort auslöst. Hinsichtlich der Wirtschaftlichkeit sollte zum einen durch kostenbewusstes Management des Objektes selbst und eine erfolgreiche Positionierung im Markt ein hoher Kostendeckungsbeitrag erzielt werden.

Ein beachtlicher Beitrag zum wirtschaftlichen Erfolg des Standortes Heidelberg entsteht jedoch durch die Abrundung und Vervielfachung der Standortinfrastruktur und die ausgelösten Effekte/Umsätze der Gäste und Tagungsteilnehmer sowie nachgeordneter Unternehmen.

6 GESAMTEINSCHÄTZUNG FÜR DEN STANDORT HEIDELBERG

- Der Wirtschafts- und Wissenschaftsstandort profitiert in erheblichem Maße vom Neubau eines Tages- und Kongresszentrums. Bisher „ausgelagertes“ Geschäft kann am Standort gebunden werden, die Wirtschaftsinfrastruktur wird erheblich aufgewertet und führt im Ergebnis zu erhöhter **Wertschöpfung** in Heidelberg.
- Die heute vorhandene Stärke und die erkennbaren Zukunftspotenziale des Standortes im Bereich von Wissenschaft und Forschung auf der einen Seite und die Präsenz einer Vielzahl zukunftsgerichteter sehr erfolgreicher Unternehmen bilden eine ausgesprochen gute Grundlage für die Errichtung eines hochwertigen Tagungs- und Kongresszentrums. Alle Erfahrungen an ähnlich geprägten Standorten weisen nach, dass gerade die wirtschaftliche und wissenschaftliche Substanz eines Standortes und der ihn umgebenden Region ein wesentlicher Erfolgsfaktor für die Auslastung eines Tagungsangebotes sind. Hier bietet Heidelberg im bundesweiten Vergleich allerbeste Rahmenbedingungen.
- Als wichtige positive Randbedingung kann auch das allgemeine Wachstum des Marktes im Kongress- und Tagungsbereich herangezogen werden. Alle Prognosen weisen übereinstimmend nach, dass dieser Wirtschaftsbereich weiter wachsen wird, und auch im Zeitalter elektronischer Medien und Kommunikation ein hohes und teilweise noch verstärktes Bedürfnis nach persönlichem Austausch und Kommunikation besteht.
- Die durch Befragungen vor Ort gewonnenen Erkenntnisse und Einschätzungen von Experten, der Universität, von Organisationen, Unternehmen und Multiplikatoren stützen die allgemeinen Markteinschätzungen und lassen **eindeutig einen Bedarf für Heidelberg erkennen**.
- Die Auslastung der Halle kann allerdings nicht allein über das Wachstum des Marktes erreicht werden. In jedem Fall erfolgt die Vermarktung im **Wettbewerb** zu anderen Kapazitäten (auch) in der Region.
- Durch die Errichtung eines leistungsfähigen Tagungs- und Kongresszentrums nimmt Heidelberg seine Rolle als starker und zukunftsweisender Wissenschafts- und Wirtschaftsstandort wahr und füllt seine Rolle in der Region angemessen aus.



Neues Konferenzzentrum

—

Bedarfserhebung Bürgerschaft

*Dr. Steffen Sigmund
Sebastian Starystach
Max-Weber-Institut für Soziologie
Dienstleister II
Bedarfserhebungsphase I
Abschlussbericht*

Inhalt

1. Vorwort	3
2. Fragestellung.....	5
3. Vorgehen und Datenerhebung	9
4. Ergebnisse.....	16
a. Erwartung.....	18
b. Bedarfe	23
c. Konzepte.....	30
5. Zusammenfassung und Diskussion der Ergebnisse	31
6. Literatur.....	39
7. Anhang: Interviewleitfaden	40

1. Vorwort

Seit Beginn der 1990er Jahre wird in Heidelberg die Notwendigkeit und die Möglichkeit des Baus eines neuen Kongress- und Konferenzzentrums intensiv diskutiert, wobei sich im Zuge der öffentlichen Debatte früh zwei Standorte (Erweiterung der Stadthalle und Bahnhof) herauskristallisierten. Zunächst wurde ein Standort in der Nähe des Bahnhofs präferiert und entsprechend ausgeschrieben. Nach dem Scheitern dieser Ausschreibungen wurde die Möglichkeit einer Erweiterung der Stadthalle intensiv diskutiert und durch eine Reihe von Gutachten geprüft. Nachdem auch dieses Vorhaben im Frühjahr 2010 durch einen Bürgerentscheid gestoppt wurde, ist eine Lage gegeben, die eine erneute Grundsatzentscheidung und entsprechende Vorarbeiten erfordert.

So sind die in den damaligen Gutachten erhobenen Daten entweder auf den Standort Stadthalle eingeschränkt und damit veraltet oder entsprechen nicht mehr der aktuellen Situation in der Region sowie den veränderten Anforderungen an Kongresszentren, sie sind also nicht mehr hinreichend belastbar. Außerdem ist es unumgänglich, die bestehende Stadthalle in ihrem Angebot und als städtischer Kostenfaktor parallel zu einem neuen Zentrum in die Überlegungen mit einzubeziehen. Eine funktionale Abstimmung beider Tagungs- und Eventzentren neben den vielen anderen Tagungsstätten in Heidelberg mit entsprechender Nutzungsdefinition und möglicher Wirtschaftlichkeitsberechnung fehlt bisher.

Darüber hinaus verfügen Bürgerinnen und Bürger aber über spezifische Vorstellungen und Erwartungen dazu, wie sich ihr Gemeinwesen entwickeln soll, die bislang in diesem Prozess nicht gebührend mit aufgenommen wurden. Diese sind zwar oft sehr allgemein, diffus und vielfältig, aber sie kreisen in der Regel immer um die Frage, wie sich ihre unmittelbare Lebenswelt entwickeln soll. Diese Vorstellungen über die Gegenwart und Zukunft der Stadt sind eine wichtige Grundlage kommunaler Meinungsbildungs- und Entscheidungsprozesse und zentraler Ausgangspunkt für deren Akzeptanz.

Neues Konferenzzentrum – Bedarfserhebung Bürgerschaft

Hinsichtlich der Frage der Entwicklung und Implementierung eines Kongress- und Konferenzzentrums bedeutet dies, dass zu Beginn dieses Prozesses geklärt werden muss, welchen Bedarf die Bürgerinnen und Bürger sehen, wie aus ihrer Sicht in Heidelberg zukünftig mit Kongressen, kulturellen Veranstaltungen und Tagungen umgegangen werden soll, also welchem Leitbild die Stadtentwicklung folgen soll.

Ziel der vorliegenden Studie ist es, erstmalig das Wissen, die Erfahrungen und die Bedarfe, die die Heidelberger Bürgerinnen und Bürger im Hinblick auf ein mögliches Kongress- und Konferenzzentrum besitzen, zu erheben, denn dieses stellt neben der Aktualisierung der bestehenden Gutachten eine zentrale Grundlage sowohl für eine entsprechende politische Entscheidung wie auch für deren Akzeptanz dar.

2. Fragestellung

Mit Blick auf den bisherigen Projektverlauf zur Planung eines neuen Heidelberger Konferenzzentrums ist offensichtlich, dass es sich bei einer Einbindung und Beteiligung der Heidelberger Bürgerschaft hinsichtlich der Frage des Bedarfs an einem neuen Konferenzzentrum nicht um eine rein *informative Bürgerbeteiligung* handeln darf, also dass die Bürgerschaft lediglich befragt und über die Bedeutung des Vorhabens für die Stadtentwicklung informiert wird, sondern dass es eine *konsultative Bürgerbeteiligung* sein muss, bei der *prozessbeteiligte* und *kompetente* Bürgerinnen und Bürger zu Fragen des Bedarfs begründet Stellung nehmen und ihre Erfahrungen, Ideen und konkreten Erwartungen einbringen können.

Dies bedeutet, Klarheit darüber zu erlangen, wer hinsichtlich der komplexen Frage des Bedarfs die Bürgerschaft repräsentiert, und zu entscheiden, wer befragt werden sollte. Wer kann auf welche Weise bei der Erhebung miteinbezogen werden, und wer hat entsprechendes Wissen, um die spezifischen Fragen nach einem Bedarf kompetent beantworten zu können?

Prinzipiell könnte man davon ausgehen, dass es sinnvoll ist, alle Bürgerinnen und Bürger bzw. einen repräsentativen Ausschnitt aus der Gesamtmenge der Heidelberger Bürgerschaft direkt zu befragen, d.h. mittels einer quantitativ ausgerichteten Erhebung (Fragebogen) den Bedarf der Bürgerschaft an einem neuen Heidelberger Konferenzzentrum zu erheben.

Ein solches Vorgehen würde jedoch das methodisch begründete Problem hervorrufen, dass die Informationen, die auf diese Weise gewonnen werden, nicht das eigentliche Erkenntnisinteresse abbilden würden. Denn in diesem Fall würde aufgrund der Zufallsauswahl voraussichtlich ein Großteil an Personen befragt, die sich nie aktiv mit diesem Thema auseinandergesetzt haben und über kein Erfahrungswissen diesbezüglich verfügen. Wenn in Erfahrung gebracht werden soll, welchen Bedarf die Heidelberger Bürgerschaft an der Verwirklichung eines neuen Heidelberger Konferenzzentrums hat, dann dürfen nicht zufällig ausgewählte Bürgerinnen und Bürger im Zentrum der Unter-

Neues Konferenzzentrum – Bedarfserhebung Bürgerschaft

suchung stehen, sondern es sollten Personen sein, die die Stadt in ihrer Vielfalt repräsentieren und in unterschiedlicher Art und Weise aktiv an der Heidelberger Stadtgesellschaft teilhaben.

Dies bedeutet auch, eine Stadt nicht nur als geographischen, sondern als gesellschaftlichen und sozialen Raum zu bestimmen, in dem die einzelnen Individuen und Persönlichkeiten, also die Bürgerinnen und Bürger, vielfältige Rollen und Funktionen ausüben, in unterschiedlichen Bereichen aktiv am Gemeinwesen teilhaben und sich entsprechend einbringen.

So finden sich Bürger, die etwa im Bereich Kultur an abendlichen Veranstaltungen wie Konzerten oder Aufführungen interessiert sind oder diese veranstalten, sich zugleich aber auch etwa in Vereinen oder Initiativen bürgerschaftlich engagieren und für einen gemeinsam vorbereiteten Informationsabend einen Raum suchen oder als Projektmanager einer mittelgroßen Firma damit betraut sind, Kundenveranstaltungen durchzuführen. D.h. als „Kulturbürger“, „engagierter Bürger“ oder „Wirtschaftsbürger“ prägen sie aktiv die Heidelberger Stadtgesellschaft mit und repräsentieren Bereiche, in denen in hohem Maße Kompetenzen und Wissen hinsichtlich der Bedeutung eines Konferenzzentrum für Heidelberg bestehen. Es bedarf somit einer analytischen Unterteilung der Stadtgesellschaft in relevante Teilbereiche, insbesondere dann, wenn der Bedarf an einem Konferenzzentrum für die Stadtgesellschaft und der Bürgerschaft als Ganzes festgestellt werden soll: Für die Erhebung einer *Gesamtbedarfslage* ist es von weitreichender Bedeutung, wie sich der jeweilige Bedarf der *relevanten* Teilbereiche darstellt, um aus diesen Informationen die Bedarfe der Stadtgesellschaft differenziert beschreiben und als Ganzes deutend verstehen zu können.

Darüber hinaus gilt es auch zwischen *mittelbarem und unmittelbarem Bedarf* an einem Konferenzzentrum zu unterscheiden. Geht es bei Ersterem primär um spezifische Veranstaltungsformate, die die Bürgerinnen und Bürger nutzen und wahrnehmen möchten, so formulieren einen unmittelbaren Bedarf Personen oder Organisationen, die selbstständig Veranstaltungen planen und durchführen und ein Konferenzzentrum als Anbieter und nicht als Konsument nutzen; Bürger können beispielsweise einen Bedarf an klassischen Konzerten formulieren, sie selbst führen diese Veranstaltungen aber

Neues Konferenzzentrum – Bedarfserhebung Bürgerschaft

nicht durch. Führt man diese Unterscheidung mit der analytischen Differenzierung der Stadtgesellschaft in gesellschaftliche Teilbereiche zusammen, dann muss, wenn die Frage nach dem Bedarf der Bürgerschaft an einem neuen Konferenzzentrum fundiert beantwortet werden soll, gerade nicht die Bürgerschaft in Gänze befragt werden, sondern Schlüsselpersonen oder Fachleute aus den relevanten Teilbereichen: Ein Kulturveranstalter weiß nicht nur, was ein „Kulturbürger“ sich wünscht, sondern zugleich, wie Veranstaltungen im Kulturbereich durchzuführen sind (unmittelbarer Bedarf), und ob es auch in dieser Hinsicht einen Bedarf an einem neuen Konferenzzentrum gibt. Ziel ist es, über die Erhebung des Erfahrungs- und Fachwissens von Veranstaltern aus relevanten Teilbereichen Heidelbergs den Bedarf der Bürgerschaft an einem neuen Konferenzzentrum umfassend und differenziert zu bestimmen.

Der zentrale Baustein dieser Bedarfserhebung ist folglich die Einbeziehung der Bürgerschaft, vermittelt über ihre Einbettung in die Stadtgesellschaft. Hierbei geht es weniger um Meinungen und subjektive Einschätzungen zu Fragen des Bedarfs als vielmehr um die Frage, wie sich ein möglichst belastbarer Bedarf aus Sicht der Bürgerschaft und für die Stadtgesellschaft darstellt.

Vor diesem Hintergrund lässt sich die übergreifende Fragestellung: *„Welchen Bedarf hat die Heidelberger Bürgerschaft an einem neuen Konferenzzentrum in ihrer Stadt?“* durch weitere Unterfragen präzisieren:

- A) *Welche Veranstaltungsformen sind für die Heidelberger Stadtgesellschaft prägend und integrierend oder tragen nachhaltig zum Erfolg und zur Weiterentwicklung „Heidelbergs“ bei, so dass diese bei der Konzeption und Ausrichtung eines neuen Konferenzzentrums nachhaltig und fördernd berücksichtigt werden sollten?*

- B) *Welche konkreten Anforderungen stellen diese und weitere Veranstaltungsformen aus den relevanten Teilbereichen der Stadtgesellschaft an ein neues Konferenzzentrum?*

C) In welchem infrastrukturellen wie konzeptionellen Verhältnis steht ein neues Heidelberger Konferenzzentrum zur etablierten Stadthalle als Veranstaltungsort?

D) Wie könnten sich auch einzelne Bürgerinnen und Bürger an der Gestaltung und am Leben eines neuen Konferenzzentrums beteiligen?

Um diese Fragen beantworten zu können, müssen folglich zunächst repräsentative Schlüsselpersonen aus zentralen Teilbereichen der Stadtgesellschaft als Experten zu diesem Thema identifiziert und befragt werden. Im Anschluss können dann die einzelnen Bedarfsperspektiven zu einem umfassenden Bild des Bedarfs der Bürgerschaft an einem neuen Heidelberger Konferenzzentrum zusammengefügt werden.

Im Zentrum der vorliegenden Untersuchung steht also nicht, den Bedarf einzelner Teilbereiche an einem Konferenzzentrum darzustellen, sondern die Bedarfe einzeln zu ermitteln, um sie anschließend in eine einheitliche Perspektive zu überführen. Einzelne Teilbereiche der Stadtgesellschaft werden genau dann thematisiert, herausgehoben und zu anderen abgegrenzt, wenn die Differenzen in Bezug auf die allgemeine Bedarfslage auffallend groß oder gegenläufig waren.

Bevor das Ergebnis der Bedarfserhebung im Hauptteil der Studie vorgestellt werden soll, wird im folgenden Abschnitt die Methodik der Studie im Einzelnen erörtert. Dies umfasst die Darstellung der Auswahlkriterien in Bezug auf die Experten wie auch der dazugehörigen relevanten stadtgesellschaftlichen Teilbereiche sowie der Operationalisierung der in diesem Abschnitt differenziert erarbeiteten Fragestellung in Form eines Interviewleitfadens.

Den Abschluss wird eine Schlussbetrachtung und Diskussion bilden, in welcher der Bedarf der Heidelberger Bürgerschaft als Stadtgesellschaft an einem neuen Heidelberger Konferenzzentrum dargestellt und mit entsprechenden Nutzungskonzepten verbunden wird.

3. Vorgehen und Datenerhebung

Wie dargestellt war es Ziel der vorliegenden Bedarfserhebung über die Befragung von Schlüsselpersonen in Heidelberg die notwendigen Informationen zur Beantwortung der erkenntnisleitenden Fragestellung nach dem Bedarf an einem neuen Kongress- und Konferenzzentrum zu erhalten. Der Begriff der Schlüsselperson innerhalb eines bestimmten stadtgesellschaftlichen Teilbereichs lässt sich aus sozialwissenschaftlicher Perspektive mit dem Begriff des *Experten* fassen (vgl. Flick 2006, S. 215f.):

Eine Person ist dann ein Experte, wenn er durch seine Mitarbeit in einer Organisation oder einem sozialen Netzwerk im betreffenden Untersuchungsfeld ein relevanter Akteur ist und durch die Ausübung seiner Position über professionelles und praktisches Erfahrungswissen verfügt.

Die Annahme, dass die Befragung von Experten belastbare Daten generiert, basiert auf dem Wissen über die Strukturen der gesellschaftlichen Wissensdistribution. Ihr liegt die Überlegung zugrunde, dass aktive und praktisch tätige Akteure in Schlüsselpositionen einen Überblick über das gesamte oder zumindest über große Teile des Untersuchungsfeldes deswegen besitzen, weil sie aktiv zum Erhalt der betreffenden und zu untersuchenden sozialen Prozesse beitragen (vgl. Berger und Luckmann 2007, S. 46f.). Eine Perspektive, die dem Wissenschaftler als nicht involvierter Beobachter nicht zugänglich ist. Experten stellen in diesem Sinne Kristallisationspunkte praktischen „Insiderwissens“ (Bogner 2009, S. 7) dar. Auf diese Weise ist die Befragung weniger Experten sinnvoller und zielführender als diejenige vieler Laien zur gleichen Thematik (vgl. Hitzler 1994, S. 13ff.). Die durch die Befragung von Experten gewonnene Datendichte und -qualität ersetzt somit eine große Fallzahl (vgl. Gläser und Laudel 2010, S. 103f.; Heinze 2001, S. 62ff.).

Der Fokus muss bei der Auswahl der Befragten folglich auf das Vorhandensein von Expertenwissen gerichtet sein, um zu vermeiden, Experten zu befragen, die lediglich als

Neues Konferenzzentrum – Bedarfserhebung Bürgerschaft

solche gesellschaftlich anerkannt sind und sich damit nur vermeintlich in einer Schlüsselposition befinden, zum Erhalt des sozialen Prozesses selbst aber nur wenig beitragen (vgl. Bogner 2009, S. 10ff.). Daher wurden für die vorliegende Bedarfserhebung gezielt Organisationen und Personen gesucht, die über lange Zeit regelmäßig Veranstaltungen in Heidelberg durchgeführt haben und/oder voraussichtlich in Zukunft durchführen werden sowie eine Schlüsselposition innerhalb eines relevanten stadtgese-
ellschaftlichen Teilbereiches einnehmen und deshalb über Expertenwissen verfügen.

Als Experten befragt wurden Personen in Organisationen und Netzwerken, die über einen hohen Erfahrungsschatz im Hinblick auf das Management von Veranstaltungen verfügen, und aus diesem Grund die jeweilige Bedarfslage bezüglich Gestaltung, Veror-
tung und Ausstattung eines neuen Heidelberger Konferenzzentrums auf Basis dieses Fachwissens hinreichend und differenziert artikulieren konnten. Sie konnten durch ihre spezifischen Erfahrungen gezielt beantworten, wo die bisherige Infrastruktur ausrei-
chend ist und wo sie an ihre Grenzen stößt, seien diese Grenzen räumlich oder symbo-
lisch, und ob ein neues Konferenzzentrum Raum schaffen könnte, so dass den Bürge-
rinnen und Bürgern Heidelbergs die Veranstaltungsformate geboten werden, die sie benötigen bzw. die sie sich wünschen. Hierbei mussten die betreffenden Expertenor-
ganisationen neben ihrer Zugehörigkeit zu einem relevanten Teilbereich der Stadtge-
sellschaft mindestens eines der folgenden zwei Kriterien erfüllen:

- *Regelmäßige Durchführung regionaler Veranstaltungsformate, die wiederholt eine Größe von 100 Teilnehmern übersteigen*

- *Durchführung von mindestens zwei regionalen Großveranstaltungen ab 1.000 Teilnehmern im Jahr*

Als *relevant* für die Bedarfserhebung wurde ein stadtgese-
ellschaftlicher Teilbereich ge-
nau dann eingestuft, wenn dieser mindestens zwei der folgenden drei Kriterien erfüllte:

Neues Konferenzzentrum – Bedarfserhebung Bürgerschaft

- *Hohe Dichte, Anzahl und Sichtbarkeit der in diesem stadtgesellschaftlichen Teilbereich durchgeführten Veranstaltungsformate*
- *Große Bedeutung dieses stadtgesellschaftlichen Teilbereichs für die gegenwärtige und zukünftige soziale Integration oder ökonomische Entwicklung der Stadt Heidelberg*
- *Aktive Beteiligung dieses stadtgesellschaftlichen Teilbereichs am bisherigen Projektverlauf zum Bau eines neuen Heidelberger Konferenzzentrums*

Diesen Kriterien folgend (vgl. Abbildung 1) wurden vier relevante stadtgesellschaftliche Teilbereiche identifiziert, *Kultur, Wirtschaft, Wissenschaft/Bildung* und die *organisierte Bürgerschaft*, und aus diesen insgesamt 36 Organisationen bzw. Experten für eine Teilnahme an der Bedarfserhebung angefragt. Ausgehend hiervon konnten 21 Datenerhebungen in Form teilstandardisierter, leitfadengestützter Experteninterviews verwirklicht werden. Bezogen auf die Teilbereiche konnten somit Schlüsselpersonen befragt werden, die 600-800 Veranstaltungen unterschiedlichster Formen und Größen durchführen mit ca. 200.000 Teilnehmern. Wobei sich Hierbei handelt es sich im Teilbereich Kultur um eine Vielzahl von Veranstaltungen (Konzerte, Lesungen, Diskussionsveranstaltungen, etc.) ganz unterschiedlicher Größe (überwiegende Mehrzahl bis zu 300 Teilnehmer, 15-20 Veranstaltungen mit 600 und mehr Teilnehmern und 1-3 Veranstaltungen über 1000 Teilnehmern) und Formate. Die Befragten im Teilbereich Wirtschaft betonen dass der Fokus der in Heidelberg durchgeführten Veranstaltungen bei 100 – 500 Teilnehmern (Messen, Fachtagungen, Weiterbildungsseminaren, Arbeitskreise, etc.) liegt.

Es wurde das Praxis-, Prozess- und Kontextwissen der Experten in Form von Einschätzung des Bedarfes der vertretenen Organisation erhoben. Die Interviews hatten jeweils eine Dauer zwischen 45 und 75 Minuten.

Neues Konferenzzentrum – Bedarfserhebung Bürgerschaft

Abbildung 1: Dreistufige Expertenauswahl

Makroebene

Strukturanalyse der Heidelberger Stadtgesellschaft

Hohe Dichte, Anzahl und Sichtbarkeit von Veranstaltungsformaten Aktive Beteiligung am bisherigen Projektverlauf Bedeutsam für die sozioökonomische Integration Heidelbergs

Mindestens 2 von 3

Erhebungsrelevante stadtgeseftliche Teilbereiche



Mesoebene

Netzwerkanalyse der erhebungsrelevanten stadtgeseftlichen Teilbereiche

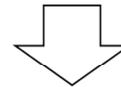
Regelmäßige Veranstaltungen mit mehr als 100 Teilnehmern Jährlich mindestens 2 Großveranstaltungen mit mehr als 1.000 Teilnehmern

Mindestens 1 von 2

Mikroebene



Auswahl von Experten nach Schlüsselposition und Prozesswissen



Repräsentieren insgesamt ca. 600 bis 800 Veranstaltungen unterschiedlichster Art im Jahr mit über 250.000 Teilnehmern

Neues Konferenzzentrum – Bedarfserhebung Bürgerschaft

Der für die Erhebung konzipierte Leitfaden stellte dabei sicher, dass folgende für die Beantwortung der leitenden Fragestellung notwendige Informationen bei jedem Experten gleichermaßen erhoben wurden:

- *Werthaltungen, Einstellungen und Kognitionsformen, das heißt symbolische Bedarfsformen und Bewertungen in Bezug auf die Durchführung bestimmter gegenwärtiger, potenzieller und zukünftiger Veranstaltungsformate in einem neuen Heidelberger Konferenzzentrum. (Teilfrage A)*
- *Konkrete Informationen über so genannte „hard facts“ des Bedarfs, also infrastrukturelle Bedarfe zur Durchführung bestimmter gegenwärtiger, potenzieller und zukünftiger Veranstaltungsformate. (Teilfrage B)*
- *Konzeptionsvorschläge, das heißt Relevanzstrukturen der Experten in Hinblick auf mögliche Nutzungskonzepte für ein neues Heidelberger Konferenzzentrum. (Teilfragen C und D)*

Aus dem dargestellten Informationsbedarf ergab sich die im Folgenden tabellarisch dargestellte Leitfadenstruktur (Tabelle 1), aus welcher der im Anhang befindliche Leitfaden entwickelt worden ist, der zur Datenerhebung diente:

Tabelle 1: Leitfadenstruktur

Dimension	Art der Information	Leitfadenfrage (Bsp.)
Strukturdaten der Organisationen	Kategorisierung	<i>Wie viele Veranstaltungen führt Ihre Organisation jährlich durch?</i>
Bedeutungszuschreibung Konferenzzentrum	Symbolischer Bedarf	<i>Worin sehen Sie die Bedeutung eines neuen Konferenzzentrums für Heidelberg?</i>
Veranstaltungsformen der Organisation	Hintergrund der Bedarfslage	<i>Welche Veranstaltungsformate sind typisch für Ihre Organisation?</i>
Vergangene Veranstaltungen und Erfahrungen der Organisation	Bisheriger Bedarf / Grenzen der Heidelberger Infrastruktur	<i>Wie beurteilen Sie generell die Heidelberger Infrastruktur für Ihre Art von Veranstaltungen?</i>
Notwendige Infrastruktur Konferenzzentrum	Infrastruktureller Bedarf	<i>Über welche Ausstattung muss ein Konferenzzentrum verfügen, damit Sie Ihre Veranstaltungen dort durchführen können/möchten?</i>
Verhältnis Konferenzzentrum zur Stadthalle	Relevanzstrukturen	<i>Wie könnte ein neues Konferenzzentrum in Heidelberg am besten genutzt werden?</i>

Die aus dieser differenzierten Expertenbefragung resultierenden Daten wurden im Anschluss unter Zuhilfenahme von drei Kategorien in eine einheitliche Perspektive überführt, um die Bedarfslage bezüglich eines neuen Heidelberger Konferenzzentrums genauer kennzeichnen zu können:

- *Erwartungen an ein Kongress- und Konferenzzentrum und Einstellungen hinsichtlich dessen Bedeutung für die Heidelberger Bürgerschaft und Stadtgesellschaft.*
- *Bedarfe an Infrastruktur eines neuen Konferenzzentrums unter Zuhilfenahme der Wissensbestände der Experten über die Organisation und Durchführung von Veranstaltungen in Heidelberg. Dies unter besonderer Berücksichtigung des Verhältnisses von gegenwärtigen, potentiellen und zukünftigen Veranstaltungsformaten zu bestehender, potentieller und notwendiger Infrastruktur.*
- *Konzepte für ein neues Heidelberger Konferenzzentrum. Dies insbesondere im Verhältnis zur bestehenden Infrastruktur der Stadthalle.*

Der folgende Ergebnisteil widmet sich somit entlang der Kategorien *Erwartungen, Bedarfe* und *Konzepte* differenziert der Frage: „*Welchen Bedarf hat die Heidelberger Bürgerschaft an einem neuen Konferenzzentrum in ihrer Stadt?*“.

Im Fokus steht dabei die Darstellung der Bedarfslage insgesamt, nicht die Darstellung der Bedarfe der einzelnen stadtgesellschaftlichen Teilbereiche. Diese werden zwar betrachtet, dies aber in Hinblick auf ihre Abweichung von der allgemein artikulierten Bedarfslage in der Heidelberger Bürgerschaft.

4. Ergebnisse

Ziel der vorliegenden Studie ist es, die Frage des Bedarfs der Heidelberger Bürgerschaft nach einem neuen Konferenz- und Kongresszentrum zu beantworten. Hierfür stehen wie gezeigt drei Analyseschwerpunkte im Mittelpunkt. Zunächst ist es wichtig, die *Erwartungen*, d.h. die Hoffnungen und Befürchtungen, die Chancen und Einwände, die mit einem Konferenz- und Kongresszentrum verbunden sind, zu identifizieren. Denn die Aufklärung der Einstellungen und Werthaltungen der Bürgerinnen und Bürger hinsichtlich der Bedeutung, die sie solch einem weitreichenden Projekt für die Gegenwart und Zukunft Heidelbergs (Stichwort: Leitbildentwicklung) gegenüber besitzen und formulieren, ist eine wichtige Dimension in Bezug auf die Beantwortung der Frage, wie die inhaltliche und konzeptionelle Ausrichtung dieses Zentrums aussehen und welche gegenwärtigen und künftigen Veranstaltungsformen in einem neuen Heidelberger Konferenzzentrum durchgeführt werden könnten und sollten.

Auf der Grundlage dieses sog. symbolischen Bedarfs, also der zugeschriebenen oder erwarteten Bedeutung eines solchen Zentrums für die Entwicklung der Stadtgesellschaft in Heidelberg, gilt es in einem zweiten Schritt den konkreten *Bedarf* zu erheben, wie er sich aus Sicht der Bürgerschaft darstellt. Es gilt Daten im Hinblick auf bestehende wie auch geplante Veranstaltungsformate zu generieren. Dies ist notwendig, um belastbare Aussagen zu erhalten hinsichtlich der Frage, welche Veranstaltungen, in welchem Umfang und in welcher Art und Weise in Heidelberg bislang stattfanden bzw. nicht stattfinden konnten, wie sich diese in die bestehende räumliche Infrastruktur eingefügt haben (oder eben nicht), wo also die Stärken und Schwächen der bestehenden Situation liegen. Diese Bestandsaufnahme ermöglicht in der Folge eine weitgehend genaue Bestimmung dessen, was ein mögliches neues Kultur- und Konferenzzentrum leisten können muss, wobei neben Größe und Funktionalität hier auch Fragen der räumlichen Verortung, der verkehrstechnischen Einbettung und der notwendigen technischen (Grund)Ausstattung herausgearbeitet werden sollen.

Dies führt abschließend dazu, konzeptionelle Überlegungen, die mit einem Konferenzzentrum zusammenhängen, zu reflektieren. Denn es geht hierbei ja nicht um ein Einzelprojekt in Heidelberg, das unabhängig von den gegebenen Rahmenbedingungen zu beurteilen ist, sondern dies hat weitreichende Auswirkungen auf bestehende Strukturen. Wie passt sich solch eine neue Struktur in das bestehende Angebot ein? Welche Relevanz besitzt es und welche Auswirkungen sind hiermit verbunden, insbesondere, in welchem Verhältnis steht ein mögliches neues Kultur- und Konferenzzentrum zur Stadthalle, wobei sich neben Kapazitätsfragen in besonderem Maße auch Fragen nach der „inhaltlichen“, d.h. der programmatischen Ausrichtung und Nutzung dieser Häuser stellen.

a. Erwartung

Generell ist festzustellen, dass die mit einem möglichen neuen Konferenzzentrum verbundenen Erwartungen bei den befragten Experten sehr hoch sind. Die meisten der Befragten heben die Relevanz und Bedeutung eines solchen Zentrums für die Zukunft Heidelbergs explizit hervor und stimmen darin überein, dass sich aus ihrer Sicht hiermit ein großes Potential ergeben würde, den schon gegenwärtig herausragenden Ruf Heidelbergs als Wissenschafts- und Kulturstandort nicht nur zu erhalten, sondern darüber hinaus auch noch weiter zu profilieren. Ein neues Konferenzzentrum, so die exemplarische Aussage eines Experten, „.....kann dem Leitbild „Stadt des Wissens“ entsprechend als Austausch von Wissenschaft, Kultur und Wirtschaft einen Ort geben“ und ist, wie ein anderer Befragter ausführt, „notwendig, um dem internationalen Spitzenplatz in Wissenschaft und Kultur zu entsprechen“.

Im Hinblick auf die untersuchten Teilbereiche zeigt sich ein etwas differenzierteres Bild hinsichtlich der Relevanz eines neuen Konferenzzentrums für die künftige Entwicklung und Profilierung Heidelbergs und den zugeschriebenen Erwartungen. So heben die befragten Vertreter der Kultur in besonderem Maße hervor, dass neue räumliche Strukturen Möglichkeiten eröffnen könnten, um im Hinblick auf kulturelle Veranstaltungen neuartige, moderne, innovative und bei Bedarf auch größere Formate zu realisieren. So wurde im Hinblick auf musikalische Großveranstaltungen in den unterschiedlichsten Sparten (Klassik, Jazz, Rock und Pop, aber auch (Freizeit)Chöre) bemängelt, dass es keinen Raum gäbe, entsprechende Großevents in Heidelberg zu realisieren. Deshalb sollte aus Sicht der Vertreter der Kultur das Konferenzzentrum auch kein reines Konferenzzentrum werden, sondern auch die Möglichkeit bieten, kulturelle Großveranstaltungen anzuziehen bzw. organisieren und durchführen zu können. Denn Heidelberg biete, so die geäußerte Annahme, ein besonderes Flair und Ambiente, mit dem es sich von anderen Städten grundlegend unterscheidet, und dies sei, gerade mit Blick auf kulturelle Veranstaltungen, die stark auch vom Ambiente leben, von großer Bedeutung. Diese Besonderheit könnte mit einem entsprechenden Zentrum deshalb

Neues Konferenzzentrum – Bedarfserhebung Bürgerschaft

nicht nur geschärft werden, sondern sollte aktiv „gefördert und vermarktet werden“. Ein entsprechendes Konferenzzentrum könnte, so die artikulierte Vorstellung, bei entsprechender Architektur selbst zu einem Aushängeschild Heidelbergs werden, die schon bestehende kulturelle Vielfalt noch erweitern und zusätzliche Angebote für die Heidelberger ermöglichen. Dies bedeutet aber auch, dass eine gewisse räumliche Nähe zur Altstadt und/oder zum Neckar wünschenswert sei, damit diese zu Fuß erreichbar sind. Denn Kultur müsse im Zentrum einer Stadt stattfinden, damit die Bürgerinnen und Bürger diese leicht erreichen können, und umgekehrt müsste für auswärtige Konferenzbesucher die Chance gegeben sein, problemlos die Besonderheit Heidelbergs kennen zu lernen. Die von den Kulturvertretern formulierten Erwartungen schlossen darüber hinaus generell immer auch das Thema der künftigen Nutzung der Stadthalle mit ein. Es bestand völlige Übereinstimmung, dass die Stadthalle der zentrale Raum für kulturelle Veranstaltungen bleiben solle und diese ja auch Teil des besonderen Ambiente Heidelbergs sei, gleichzeitig müsse diese aber ausgebaut und modernisiert werden, um den neuen Aufgaben gerecht werden zu können. Falls ein neues Konferenzzentrum auch die Möglichkeit zu einer kulturellen Nutzung miteinschliesse, so ergäbe sich dann aber die Chance, die Attraktivität des Kulturangebots in Heidelberg zu erweitern und zu erhöhen.

Die Erwartungen der befragten Vertreter der Wirtschaft an ein neues Konferenzzentrum beziehen sich in erster Linie darauf, dass hierdurch, insbesondere für große Unternehmen, die Möglichkeit geschaffen würde, ihre Hauptversammlungen, größere Messen oder auch Kunden- und Informationsveranstaltungen wieder verstärkt in Heidelberg, quasi am Stammsitz der Firma, durchführen zu können. Darüber hinaus wurde auch die Erwartung formuliert, dass ein solches Zentrum „ermöglicht, mehr Wirtschaftskraft nach Heidelberg zu holen“. Diese Annahmen wurden mit der Hoffnung verknüpft, dass ein Gebäude entstehen könnte, das sich durch „Modernität in der Architektur und in der Ausstattung als Identifikationsgrundlage für die Firmen“ eignet, und sich durch eine hohe Funktionalität auszeichnet. Hierbei wurde auch betont, dass eine gute Verkehrsanbindung und -führung sehr wichtig sei und aufgrund touristischer

Überlegungen für eine gute Erreichbarkeit des Heidelberger Stadtzentrums gesorgt werden müsse, wobei aber der Standort nicht entscheidend sei. „Im Zentrum steht Heidelberg als Sitz der Firma. Das traditionelle Heidelberg ist nachgeordnet, sollte aber prinzipiell erreichbar sein.“ Die Vertreter von Wissenschafts- und Bildungsinstitutionen betonten unisono, dass ein neues Konferenzzentrum die Chance böte, die kommunale Infrastruktur an die Internationalität Heidelbergs als national und insbesondere international herausragenden Wissenschaftsstandort anzupassen, um das vorhandene Potential besser ausschöpfen zu können. Ein modernes Konferenzzentrum würde die Attraktivität des Standorts wesentlich erhöhen und bei der Akquise von Nachwuchswissenschaftlern helfen oder auch die Chance zur Vernetzung bei Kongressen deutlich verbessern. „Eine Wissenschaftsstadt wie Heidelberg braucht allein aus Imagegründen ein Konferenzzentrum“, so die Aussage einer Befragten, denn Wissenschaft als zentrales Fundament der Heidelberger Stadtgesellschaft benötige auch eine symbolische Repräsentation in Form eines modernen Konferenzzentrums, das auch Platz für große bis sehr große Kongresse und Tagungen bietet. Für die Vielzahl der universitären und außeruniversitären wissenschaftlichen Einrichtungen, die Kongresse in Heidelberg veranstalten würden, dies gegenwärtig aber nur eingeschränkt könnten, böte ein Konferenzzentrum die Chance, so die Erwartung, sich noch stärker mit Heidelberg zu identifizieren bzw. auch internationale Wissenschaftler anzuziehen und Kongresse in Heidelberg durchführen zu können. Es entstünde ein Ort für eine weltweite Vernetzung Heidelbergs als international bekanntem Standort. Die Aussagen der Befragten der bürgerschaftlichen Organisationen waren im Hinblick auf die mit einem neuen Konferenzzentrum verknüpften Erwartungen vielfältig. Zunächst wurde allgemein konstatiert, dass ein Bedarf an neuer Infrastruktur vorliege, wenngleich einschränkend darauf hingewiesen wurde, dass dieser wohl primär im Bereich kultureller, insbesondere musikalischer Großveranstaltungen und wirtschaftsnaher Veranstaltungen bestünde. Wünschenswert seien aber Räume mit modernem, jugendlichem Image, so dass Heidelberg von gewissen Organisationen überhaupt als Veranstaltungsort in Betracht gezogen würde. Eng hiermit verbunden war auch die Erwartung, dass der Bau eines solchen

Konferenzzentrums die Chance böte, die Attraktivität eines Stadtteils zu erhöhen. D.h. es sollte nicht unbedingt im Zentrum der Stadt entstehen, sondern würde die Möglichkeit eröffnen, neben dem traditionellen Zentrum der Stadt einen weiteren modernen Akzent zu entwickeln. Darüber hinaus wurde von dieser Gruppe der Befragten die Hoffnung formuliert, dass ein solches Zentrum die „Integration von Wissenschaft, Kultur und Bürgerschaft befördern kann“, und sich hierüber ein „Kommunikationszentrum“ innerhalb der Stadt entwickeln könnte, das einen „Ort der Begegnung“ darstellt. Denn eine lebendige Stadtgesellschaft bedarf, so die formulierte Erwartung, der (auch räumlichen) Zusammenführung von Wissenschaft, Kultur, Wirtschaft und Bürgerschaft. Das schließt den Wunsch mit ein, dass ein Konferenzzentrum nicht ausschließlich als Tagungsort dienen sollte, sondern auch ein Standort für bürgernahe Veranstaltungen sein muss, der privater Nutzung durch Heidelberger offen stehen sollte, so dass neben dem wirtschaftlichen und kulturellen Nutzen einer solchen Investition auch ein sozialer Nutzen für das Gemeinwesen entstehen kann.

Zusammenfassend zeigt sich mit Blick auf die von den ausgewählten Experten formulierten Erwartungen an ein neues Konferenzzentrum in Heidelberg, dass diesem das Potential zugeschrieben wird, Heidelberg als „Marke“ zu profilieren und langfristig zu stärken. 90 % der Befragten heben die Bedeutung eines neuen Konferenzzentrums hervor, das ihrer Meinung nach die Chance bietet, Heidelberg als herausragenden Wissenschafts-, Kultur- und Wirtschaftsstandort national und international zu profilieren und einen weiteren und signifikanten Beitrag zum bereits bestehenden Renommee als besonders attraktiver Versammlungs- und Veranstaltungsort zu leisten. Es bleibt gleichzeitig festzuhalten, dass es sich hierbei primär um Projektionen und Vorstellungen handelt, die die befragten Experten ganz generell hinsichtlich eines möglichen neuen Konferenzzentrum besitzen, sie markieren somit den Erwartungsrahmen, den die Heidelberger Bürgerschaft mit einem Konferenzzentrum verknüpft und den dieses wiederum erfüllen sollte, und zwar sowohl im Hinblick auf seine materiale wie auch symbolische Funktion. Damit diese nun präziser bestimmt werden kann, gilt es den gegenwärtig bestehenden Bedarf sowohl hinsichtlich möglicher Veranstaltungsformate

wie auch hinsichtlich der bestehenden Infrastruktur zu bestimmen, d.h. die konkreten Erfahrungen, die die Heidelberger Bürger in der Vergangenheit bei der Planung und Durchführung von Veranstaltungen gemacht haben, zu benennen.

b. Bedarfe

Die befragten Experten repräsentieren Organisationen, die in den vergangenen Jahren eine Vielzahl unterschiedlichster Veranstaltungen in Heidelberg und Umgebung durchgeführt haben. Dies umfasst regelmäßig stattfindende Kleinstveranstaltungen von 20 – 100 Teilnehmern, wie beispielsweise Workshops, Seminare, Arbeitskreissitzungen, Schulungen, kleinere Kulturveranstaltungen wie kleine Konzerte oder Lesungen, Mitgliederversammlungen oder auch Preisverleihungen. Daneben aber auch Veranstaltungen wie Konzerte, wissenschaftliche und professionsbezogene Fachtagungen, Messen, Werbeveranstaltungen und Branchentreffen sowie Symposien, bei denen an ein bis drei Tagen jeweils zwischen 200 und 500 Personen teilnehmen, und schließlich auch Großveranstaltungen mit 700 bis zu 2000 Teilnehmern wie Hauptversammlungen, Musikevents oder wissenschaftliche Großveranstaltungen. Insgesamt werden von diesen Gruppierungen 600 – 800 Veranstaltungen unterschiedlichster Art (vgl. Tabelle 2) im Jahr mit ca. 200.000 Teilnehmern durchgeführt.

Grundsätzlich lässt sich zunächst festhalten, dass im Hinblick auf Veranstaltungen mit bis zu 500 Teilnehmern die Situation in Heidelberg als „gut bis sehr gut“ eingeschätzt wird. Hier kann der bestehende Bedarf weitgehend gedeckt werden, wenngleich hinsichtlich der bestehenden technischen und infrastrukturellen Ausstattung teilweise großer Verbesserungsbedarf gesehen wird. Gleichzeitig wird aber auch konstatiert, dass „hinsichtlich Veranstaltungsräumen von 700 – 2.000 Teilnehmern ein besonderer Bedarf besteht“, der gegenwärtig nicht befriedigt werden kann. Trotz dieser zunächst einhelligen Einschätzungen der Befragten zeigt eine genauere Analyse, dass hierfür unterschiedliche Gründe angeführt werden.

Neues Konferenzzentrum – Bedarfserhebung Bürgerschaft

Tabelle 2: Typische Veranstaltungsformate (hierarchisiert) je stadtgesellschaftlichen Teilbereich

<i>Kultur</i>	<i>Wirtschaft</i>	<i>Wissenschaft</i>	<i>Institutionalisierte Bürgerschaft</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Bühnenveranstaltungen - Musikalische Großveranstaltungen - Symposien - Workshops - Theater und Filmvorführungen - Kunstausstellungen - Diskussionsgruppen 	<ul style="list-style-type: none"> - Interne Seminare und Weiterbildungen - Kunden-, Informations- und Werbeveranstaltungen - Mitarbeiter- und Betriebsratsversammlungen - Vorstands- und Delegiertenversammlungen - Fachtagungen und Kongresse - Messen - Branchentreffen 	<ul style="list-style-type: none"> - Kongresse und Fachtagungen - Graduierungsfeiern und Preisverleihungen - Jubiläumsveranstaltungen 	<ul style="list-style-type: none"> - Bühnenveranstaltungen - Preisverleihungen - Arbeitsgemeinschaften - Mitgliederversammlungen

So heben etwa die Vertreter der Kultur explizit hervor, dass es gegenwärtig in Heidelberg keine qualitativ hochwertigen Raumressourcen für Veranstaltungen zwischen 1.000 und 2.000 Teilnehmern gäbe. Solche Veranstaltungen müssten vielmehr entweder ins Umland / Metropolregion verlegt werden und würden, was die Regel ist, gar nicht erst geplant oder durchgeführt. Denn es fehlen Räume, die die akustischen und technischen Voraussetzungen für solche musikalischen oder theatralischen Großformate bieten bzw. die bestehenden Räume sind nicht entsprechend nutzbar, sei es aufgrund der mangelhaften und nicht mehr zeitgemäßen Ausstattung oder aber des dadurch verursachten enormen organisatorischen Aufwands und der damit verbundenen Kosten. Auch die befragten Experten aus dem Teilbereich Wirtschaft heben hervor, dass Veranstaltungen im Bereich von mehr als 700 Teilnehmern in der Mehrzahl der Fälle nicht in Heidelberg durchgeführt werden. Selbst bei Veranstaltungen mit weniger Teilnehmern wird darauf verwiesen, dass es der Mehrzahl der verfügbaren Räume „an moderner Ausstattung mangelt“ und dies bei größeren Formaten noch viel mehr ins Gewicht fällt. So bietet die Stadthalle zwar potentiell Kapazitäten, doch ist hier einerseits der organisatorische und logistische Aufwand enorm und andererseits können sich eine Vielzahl von modernen jungen Unternehmen – gerade auch branchenabhängig – nicht mit der vorhandenen Architektur identifizieren. Mit Blick auf die universitären Räume sind die allgemein verfügbaren Zeiträume (vorlesungsfreie Zeit) zu eng, als dass diese, außer in Ausnahmefällen, in Anspruch genommen werden (können). Im Ergebnis führt dies bei einigen Unternehmen, die neue innovative Großformate, wie etwa spezifische Gründermessen oder Symposien planen, dazu, Heidelberg gegenwärtig hierfür nicht vorzusehen. Dies gilt auch mit Blick auf die ansässigen wissenschaftlichen Institutionen, die einen Mangel an sehr großen Veranstaltungsräumen beklagen. Universitäre und außeruniversitäre Einrichtungen haben ein großes Interesse, da sie einerseits „sehr stark expandieren“, so dass generell ein großes Potential besteht und der Bedarf an Räumen unterschiedlichster Größe permanent wächst und andererseits explizit betont wird, dass die Veranstaltungen aufgrund des nationalen und insbesondere internationalen Renommées der Stadt in Heidelberg stattfinden müssen. An Stelle

eines Ausweichens auf die Umgebung würde man „lieber Notlösungen suchen“. Eine neue Infrastruktur würde die Chance bieten, sowohl den „wissenschaftlichen Austausch vor Ort“ zu fördern als auch die Anfrage „sehr vieler Fachgesellschaften, die gerne nach Heidelberg kämen, aber nicht von den hiesigen Wissenschaftlern eingeladen werden können“, bedienen. Die Vertreter bürgerschaftlicher Organisationen verwiesen darauf, dass für das Segment der von ihnen durchgeführten Veranstaltungen das Raumangebot in Heidelberg weitgehend ausreichend sei. Entweder kann auf eigene Ressourcen zurückgegriffen werden oder aber es finden sich entsprechende Räume, da es sich meist um Veranstaltungen zwischen 30 und 200 Personen handelt. Problematisch erscheint, dass manche Räume, gerade bei repräsentativen Veranstaltungen, aufgrund zu hoher Mieten (insbes. Stadthalle) ausscheiden und man dann teilweise auf Räume außerhalb Heidelbergs ausweichen, oder aber einen sehr hohen organisatorischen Aufwand betreiben müsse, wenn man große Veranstaltungen wie etwa Vereinsjubiläen, Aufführungen privater Chöre,... durchführen wolle. Ein Mangel an einem sehr großen Veranstaltungsraum in Heidelberg wurde auch von diesen Experten angesprochen, doch ist der Bedarf dieser Gruppe eher gering einzuschätzen.

Zusammenfassend zeigt sich, dass die bisherigen Erfahrungen aller befragten Experten deutlich machen, dass der Bedarf an Räumen in Heidelberg bis zu einer Größe von 600 Teilnehmern als bislang ausreichend und gut eingeschätzt wird. Insbesondere die Vertreter der Wissenschaft weisen aber darauf hin, dass gerade in ihrem Bereich in den letzten Jahren eine enorme Expansion stattgefunden hätte, so dass der Bedarf hier möglicherweise steige. Generell wurde betont, dass für Veranstaltungen zwischen 1000- 2000 Teilnehmern in Heidelberg kein befriedigendes Angebot vorhanden ist und hier, von den Gruppen unterschiedlich gewichtet, Bedarf besteht.

Generell wurde die bestehende Infrastruktur in mehrerlei Hinsicht als defizitär beschreiben. So wurde kritisch hervorgehoben, dass es relativ wenig zentral gelegene Räume gebe, sowohl die Parkplatzsituation als auch der öffentliche Personennahverkehr verbessert werden müsste, und auch mit Blick auf die infrastrukturelle (Technik, Akustik, Anfahrtswege,...) Ausstattung bestehe, wie es insbesondere die Experten aus

den Bereichen der Wirtschaft und der Kultur betonen, wenn auch aus unterschiedlichen Gründen, Modernisierungsbedarf.

Mit Blick auf die mögliche Ausstattung und Gestaltung eines Konferenzzentrums betonten alle Befragten übereinstimmend, dass ein modularer Aufbau mit unterschiedlich großen Räumen, deren Kapazität gegebenenfalls modifiziert werden könne, ein Kernkriterium darstellt. Zeitgenössische Konferenzen und Veranstaltungen bestehen meist aus unterschiedlichen Segmenten und Formaten (Bühne, Plenar-/Hauptsäle, Meeting- und Kleingruppenräume, Arbeitsräume, Ausstellungsflächen,...) die oft zeitgleich stattfinden, so dass hierfür entsprechende barrierefreie Möglichkeiten gegeben sein müssen. Darüber hinaus ist die Funktionalität des Zentrums entscheidend. Die technische Ausstattung (leistungsstarkes und belastbares W-Lan Netz und Live Streaming, Voraussetzungen für Simultanübersetzungen, Arbeitsplätze, Akustik, Licht...) müsse auf modernstem Niveau („state of the art“) sein und auch die Anlieferungs- und Anfahrtsmöglichkeiten müssen den möglichen unterschiedlichen Anforderungen genügen. Hierbei bedarf es eines Verkehrskonzepts, das gewährleistet, dass die Teilnehmer relativ problemlos das Konferenzzentrum erreichen können. In diesem Zusammenhang wurden auch Fragen des Standorts thematisiert. Die Nähe zu Bahnhof und Autobahn wurde als sehr wichtig bezeichnet; demgegenüber gab es kein eindeutiges Meinungsbild bezüglich der Frage, ob ein eigener Parkplatz oder ein eigenes Parkhaus notwendig sei oder ob nicht auch ein Shuttle Service-Angebot ausreiche. So haben zwar ca. 70% der Befragten für Parkmöglichkeiten in unmittelbarer Nähe plädiert, aber auch die Möglichkeit eines ausgebauten und flexiblen öffentlichen Nahverkehrsnetzes, das angesichts der „sich in der Zukunft ändernden Mobilitätsformen“ bedeutsamer wird, wurde als wichtige Option angesprochen, insbesondere wenn man das Ziel eines modernen zukunftsfähigen Konferenzzentrums anstrebe. Ähnliches gilt hinsichtlich der Nähe zur Altstadt/Neckar, die ja oft als wichtiger Punkt genannt wird, warum man Heidelberg als Konferenzstandort wählt. Dies wird von knapp 90% als bedeutsam eingeschätzt, wobei hervorgehoben wurde, dass eine schnelle Erreichbarkeit gegeben bzw. gewährleistet sein muss.

Im Zusammenhang mit der Frage nach dem Bedarf an einer eigenen Gastronomie und Hotellerie ergab sich bei den Befragten kein einheitliches Meinungsbild. Die Meinungen hierzu variierten, wobei generell eher von der Notwendigkeit gesprochen wurde, die Hotelkapazitäten qualitativ „anzupassen“ als unbedingt neue Kapazitäten zu schaffen. Mit Bezug auf ein eigenes Catering betont die Mehrheit, dass angesichts der mannigfaltigen Veranstaltungsformen eine flexible Gastronomie oder die Chance, externe Caterer bei besonderem Bedarf hinzuziehen zu können, angesichts der bisherigen Erfahrungen am sinnvollsten erscheint. Schließlich herrschte weitgehende Übereinstimmung bei allen befragten Gruppen, dass mit Blick auf die Architektur der Wunsch nach einer modernen Lösung sehr groß war. „Modernität in der Architektur und in der Ausstattung könnte eine Identifikationsgrundlage für Firmen darstellen“, so ein Experte aus dem Bereich der Wirtschaft, wobei diese sich „in das Stadtbild einfügen müsse“. Es besteht aber hiermit auch die Chance, das Leitbild Heidelbergs symbolisch zum Ausdruck zu bringen, wobei völlig konträr blieb, inwiefern Bürgerinnen und Bürger bei einer gestalterischen Lösung beteiligt sein sollten. Hier reichten die Meinungen von „Architektur muss von den Experten entschieden werden“ bis zu „der Bevölkerung sollen drei alternative Lösungen zur Entscheidung vorgelegt werden“.

Abschließend lässt sich im Hinblick auf die Frage nach dem Bedarf konstatieren, dass die gegenwärtige Situation zur Durchführung von Veranstaltungen bis zu einer Veranstaltungsgröße von bis zu 600 Personen von 95% der Befragten als weitgehend zufriedenstellend (Einschränkung technischer Ausstattungsgrad) angesehen wird, für 90% der Befragten aber als unbefriedigend ab 700 Personen, da man für entsprechende Veranstaltungen ins Umland, nach Mannheim oder aber in ungeeignete Räume ausweichen muss. Generell besteht Übereinstimmung darüber, die Konzeption des Konferenzzentrums von innen heraus, d.h. von der Funktionalität, dem konkreten räumlichen und technischen Bedarf und weniger von außen, von der Architektur und der äußeren Gestaltung her, zu planen.

c. Konzepte

Für alle befragten Experten stand außer Frage, dass mit Blick auf den Bedarf eines neuen Konferenzzentrums in Heidelberg immer auch die aktuell gegebene Situation mitbedacht werden muss. Das heißt, es geht nicht um ein Einzelprojekt, das unabhängig von den bestehenden Strukturen geplant werden kann, sondern es muss in Wechselwirkung mit diesen gesehen werden. Die inhaltliche Ausrichtung eines Konferenzzentrums muss demnach immer auch im Verhältnis zu den bisherigen Anbietern und insbesondere im Verhältnis zur Stadthalle und deren weiterer Entwicklung und Nutzung diskutiert werden. Hierbei ist zunächst festzuhalten, dass eine völlige Übereinstimmung darin bestand, dass das Konferenzzentrum hauptsächlich für Wissenschafts- und Wirtschaftsveranstaltungen konzipiert werden sollte, da in diesen Bereichen auch der größte Bedarf festgestellt wurde. Darüber hinaus sollten aber auch die Voraussetzungen geschaffen werden, dass für Großveranstaltungen aus den Bereichen der Kultur (Konzerte, Festivals, Lesungen,...) oder der Bürgerschaft (Bälle, Vereinsjubiläen, Bürgerversammlungen, private Feierlichkeiten,...) mit bis zu 2.000 Teilnehmern ebenfalls das Konferenzzentrum nutzbar ist. Dies würde bedeuten, dass es durch eine optionale Öffnung des Konferenzzentrums für Kultur- und Bürgerveranstaltungen einerseits zu einer Diversifizierung und Pluralisierung des Kulturangebots kommen würde, und dies wirft andererseits die Frage nach der künftigen konzeptionellen Ausrichtung der Stadthalle auf. Die Stadthalle gilt allen Befragten als wichtiger und traditionsreicher Ort für Kulturveranstaltungen in Heidelberg, der insbesondere durch seine Architektur und sein Ambiente für das besondere Flair des klassischen „romantischen“ Heidelbergs steht. Dieses Image, diese besondere Qualität der Stadthalle, sollte erhalten bzw. geschärft werden, da es für viele Veranstaltungsformate attraktiv ist. Gleichzeitig wird aber von den Befragten auch darauf hingewiesen, dass die Stadthalle gegenwärtig nur bedingt als Veranstaltungsort wahrgenommen wird, denn sie müsste „günstiger und flexibler“ nutzbar sein und sie müsste in vielerlei Hinsicht modernisiert werden. Verfolgt man den Weg, neben die traditionelle Stadthalle ein modernes Konferenzzentrum

zu etablieren, dann müssten beide Orte als Verbund betrachtet werden, die in einem engen Ergänzungs- und nicht in einem Konkurrenzverhältnis zueinander stehen. Die Stadthalle könnte für die unterschiedlichsten Gruppen der Stadtgesellschaft ein kulturelles Zentrum im Herzen der Altstadt bilden, das den verschiedensten Erwartungen und Funktionen der Heidelberger Bevölkerung gerecht werden kann. Als Kultur- und Bürgerhaus sollte die Stadthalle die („bezahlbare“) Möglichkeit für Veranstaltungen der unterschiedlichsten Art bieten, wie beispielsweise Musikveranstaltungen (Klassik, Jazz, Pop, etc.), Lesungen, Poetry Slams, Bälle, Abschlussfeiern, Ehrungen, oder könnte auch öffentlichen Raum, etwa „für ein Literatur- /Diskussionscafé“, zur Verfügung stellen. Der Stadthalle wird in diesem Zusammenhang das Potential zugeschrieben, auch durch ihren hervorgehobenen Standort, eine Art Begegnungshaus für alle Heidelberger zu werden, ein Ort der Verbindung und Integration innerhalb der Stadt. In diesem Sinne betonen die Experten übereinstimmend, dass es notwendig ist, eine Konzeption für beide „Häuser“ zu entwickeln, bei der sich beide nicht gegenseitig ausschließen, sondern ergänzen, wobei natürlich eine klare Schwerpunktsetzung notwendig ist: Die Stadthalle sollte primär kultur- und bürgerbezogen konzipiert werden, ein Konferenzzentrum stärker wissenschafts- und wirtschaftsbezogen sein.

Die Befragten weisen somit explizit auf die Notwendigkeit hin, dass bei der Planung eines neuen Konferenzzentrums eine „gemeinsame Konzeption für Stadthalle und Konferenzzentrum“ entwickelt werden müsse, im Sinne einer Profilbildung, die die Stärken beider Häuser hervorhebt, sie aber gleichzeitig in ein Komplementärverhältnis zueinander setzt. Insofern ließe sich eine Brücke zwischen traditionellem und modernem Heidelberg bilden.

5. Zusammenfassung und Diskussion der Ergebnisse

Um die Bedarfslage der Bürgerschaft in ihrem stadtgesellschaftlichen Kontext umfassend verstehen zu können, bedarf es einer Zusammenführung der dargelegten Aspekte der *Erwartungen*, infrastrukturellen *Bedarfe* und *Konzepte*.

Betrachtet man die Erwartungen, dann fiel besonders auf, dass 20 der 21 Befragten der Meinung waren, dass ein Kultur- und Konferenzzentrum das Potential besitzt, Heidelberg als herausragenden Wissenschafts-, Kultur- und Wirtschaftsstandort national und international zu profilieren und einen weiteren und signifikanten Beitrag zum bereits bestehenden Renommee als besonders attraktive „Location“ zu leisten.

Betrachtet man dabei die Erwartungen, die Experten an ein neues Konferenzzentrum richten, genauer, dann betreffen diese stets das Image Heidelbergs *in Beziehung* zu seinen kulturellen, wirtschaftlichen und wissenschaftlichen Ressourcen. Die Experten sehen hier einen ungehobenen Schatz der Potentiale Heidelbergs. Ein neues Konferenzzentrum könnte es ermöglichen, die strukturell bereits vorhandene Modernität und Internationalität außenwirkungstechnisch dergestalt zu realisieren, dass diese Darstellung die zu Grunde liegende strukturelle Ausgangssituation Heidelbergs wiederum stärkt.

Beispiele dafür sind insbesondere international führende Heidelberger Unternehmen, denen es nicht möglich ist, sich als Heidelberger Unternehmen zu präsentieren, weil nicht genügend und passend ausgestattete Veranstaltungsräume in Heidelberg zur Verfügung stehen. Oder aber wissenschaftliche Kongresse, welche nicht stattfinden können, weil die Strukturen der Universität es nur unter einem enormen Aufwand leisten können, Kongresse im eigenen Haus stattfinden zu lassen, so dass viele Wissenschaftler von der Idee Abstand nehmen, in Heidelberg, trotz des internationalen Renommees der Heidelberger Wissenschaft, Fachtagungen und Kongresse in Heidelberg stattfinden zu lassen. Aber auch kulturelle Großveranstaltungen und neue Veranstal-

tungsformate, die gerne von Organisationen im Kulturbereich realisiert werden wollen, aber aus genannten Gründen nicht können.

Bezüglich der Erwartungen wurde aber nicht nur auf einen von innen kommenden Selbstverstärkungsprozess referiert, sondern insbesondere auch darauf, dass durch die Entstehung neuer Veranstaltungsmöglichkeiten von außerhalb neue, unbekannte und kreative Impulse in die Heidelberger Stadtgesellschaft Einzug finden würden. Bezeichnend dafür sei, dass Heidelberg trotz seiner nationalen und internationalen Bekanntheit und seines Prestiges oft nicht als Veranstaltungsort in Betracht gezogen würde. Die Anfragen, die an Heidelberg als Veranstaltungsort gestellt würden, wären um einiges größer, wenn zumindest die Chance auf Durchführung zur Rede stehender Veranstaltungen bestünde. Dies betrifft insbesondere die Teilbereiche Wissenschaft und Kultur.

Es gibt folglich nicht nur den sichtbaren Bedarf, der sich aus den Ressourcen und Potenzialen Heidelbergs in den Teilbereichen Wirtschaft, Wissenschaft und Kultur selbst speist, sondern auch einen von außen an Heidelberg gerichteten versteckten Bedarf daran, an Heidelberg als Standort symbolisch wie infrastrukturell zu partizipieren.

Diese Form des Bedarfs an einem neuen Heidelberger Konferenzzentrum genau abzuschätzen und damit zu quantifizieren, ist nach Ansicht der Experten äußerst schwierig und wäre auch nach Ansicht der Autoren nicht zu verantworten. Der Wunsch zu wissen, dass eine bestimmte Anzahl und Qualität neuer Veranstaltungen kommen wird, ist als ein Wunsch nach Sicherheit verständlich, lässt sich aber nicht sicher prognostizieren. Ein Konferenzzentrum ist ein bereichsübergreifender Veranstaltungsort, der eingebunden ist in die Entwicklung der Wirtschaft, den Zyklen der Wissenschaft und Politik und der weiteren Entwicklung des Heidelberger Kultursektors. Die Nennung dieser vier Kontextfaktoren mag ausreichen, um sich der Komplexität dieses Problems bewusst zu werden, welches eine eigenständige Fragestellung an das Projekt richtet und folglich ein eigenes Forschungsdesign bezüglich der Wirtschaftlichkeit einer vorzulegenden *konkreten Konzeption* eines Heidelberger Konferenzzentrums impliziert.

Was allerdings ohne Einschränkung gesagt werden kann und folglich als Grundlage folgender Wirtschaftlichkeitsanalysen dienen sollte, ist, dass Heidelberg *zurzeit* das Potential hat, viele große und neue Veranstaltungsformate anzuziehen, dies insbesondere bei Formaten ab 700 bis 2.000 Personen, da hier unstreitig *infrastrukturelle Defizite* bestehen und damit die notwendigen Ausgangsbedingungen zur Auslastung einer neuen Infrastruktur in diesem Segment gegeben sind. Zugleich, und dies sollte besonders bei der Konzeption eines neuen Heidelberger Konferenzzentrums berücksichtigt werden, wird die gegenwärtige Situation zur Durchführung von Veranstaltungen für Formate bis 500 Personen von 17 der 21 Befragten als zumindest zufriedenstellend angesehen.

Weiterhin lässt sich in diesem Zusammenhang festhalten, dass die äußerst seltene Konstellation Heidelbergs von enormer Strukturstärke, vielfältigem kulturellen Leben, mittlerer Größe und internationaler Bekanntheit auch eine spezifische Position auf dem Veranstaltungsmarkt mit sich bringt: Ein Konferenzzentrum in Heidelberg würde nicht mit Konferenzzentren in Städten vergleichbarer Größe, noch mit Großstädten wie Berlin und München konkurrieren. Seine Position ist nur vergleichbar mit internationalen Größen wie Cambridge und Oxford und bedient auf diese Weise in Deutschland ein bisher nahezu unbelegtes Segment. Insbesondere dieser Faktor sollte bei einer Untersuchung bezüglich der Wirtschaftlichkeit von konkreten Bau- und Gestaltungskonzepten berücksichtigt werden.

Der letztendliche Erfolg eines Konferenzzentrums hängt aber maßgeblich an der Durchführung und Gestaltung des Projektes ab: Ein neues Konferenzzentrum würde bedeuten, dass Heidelberg die vorhandenen Ressourcen seiner Stadtgesellschaft und Bürgerschaft ideell und infrastrukturell fördert und zu erweitern sucht, so dass die guten wirtschaftlichen, wissenschaftlichen und kulturellen Strukturen Heidelbergs einen weiteren Schub bekommen können.

Neues Konferenzzentrum – Bedarfserhebung Bürgerschaft

Bei guter Planung würden quantitativ mehr Veranstaltungen stattfinden, die bisher nicht stattfinden konnten, und es würde sich eine neue Qualität an modernen und internationalen Großveranstaltungsformaten in Heidelberg etablieren.

Ein Konferenzzentrum muss Modernität und Internationalität ausstrahlen. In Kombination mit dem traditionellen bürgerlichen Ambiente Heidelbergs entstünde ein einzigartiges Verhältnis von Tradition zu Zukunftsausrichtung zugleich. Ein neues Heidelberger Konferenzzentrum wird als Zukunftsprojekt von großer Bedeutung für Heidelberg angesehen. Als wichtiger Teil der Stadtentwicklung müssen in diesem Zusammenhang somit auch eine Vielzahl hiermit verknüpfter Aspekte mitgeplant und -verändert werden:

Dies sollte insbesondere bei der Standortwahl berücksichtigt werden. Ein schneller Zugang zur Altstadt wie auch zum Bismarckplatz als kommerzielles Zentrum Heidelbergs erscheint besonders den Vertretern von Kultur und Wissenschaft als unabdingbar für den Erfolg eines neuen Heidelberger Konferenzzentrums.

Aber: Das Konferenzzentrum und die Altstadt Heidelbergs sollten in einer Verbindung zueinander stehen, ohne sich im Stadtbild gegenseitig zu verdrängen.

Um diesem Ergänzungsverhältnis aber nicht nur eine standortbezogene, sondern auch eine infrastrukturelle Form geben zu können, muss ein neues Konferenzzentrum nicht nur den dargestellten Raumbedarf zur Verfügung stellen, sondern sich auch durch modulare Raumgestaltung sowie moderne Funktionalität und Technik auszeichnen. Weiterhin erscheint eine Neugestaltung des Personennahverkehrs in Bezug auf die Entstehung dieses neuen Zentrums ebenso unabdingbar wie eine gute Verkehrsanbindung des Standorts. Weniger eindeutig wird von den Experten der Bedarf an einer hauseigenen Gastronomie beschrieben: teilweise sollte ein Konferenzzentrum über eine eigene Gastronomie verfügen, die knappe Mehrheit der Experten hielten allerdings die bloße Möglichkeit zum Catering mit einer kleinen Küche für ausreichend. Noch unter-

schiedlicher wurde sich über eine notwendige Umgestaltung der Heidelberger Hotellerie geäußert: Teilweise wird die grundsätzliche Struktur als bereits defizitär beschrieben, teilweise wird lediglich von einer durch den Bau eines neuen Heidelberger Konferenzentrums notwendigen sanften Aufstockung gesprochen.

Das Verständnis von Modernität setzt für die Experten also nicht in erster Linie bei einer modernen Architektur, sondern bei der Bereitstellung einer funktionalen Innenausstattung und einfacher Zugangswege an.

Die Experten waren sich darüber hinaus insbesondere einig, dass sich ein solches modernes Heidelberger Konferenzzentrum nur dann entwickeln kann, wenn auch eine entsprechende langfristige Konzeption für die Stadthalle besteht, da diese als Veranstaltungsort die Brücke bildet zu den traditionellen Veranstaltungsformaten Heidelbergs. Sinnvolle Konzepte für ein Konferenzzentrum lassen sich also nur in Bezug auf die Symbolik und Infrastruktur der Stadthalle formulieren:

Die Stadthalle wird einstimmig von den Experten mit dem traditionellen Ambiente und Flair Heidelbergs in Verbindung gebracht und sollte in dieser Form mit dem Konferenzzentrum als Ausdruck eines modernen Heidelbergs nicht nur infrastrukturell, sondern auch symbolisch in einem Komplementärverhältnis stehen. Beide Häuser sollten entsprechend ihres Images genutzt werden, um sich effektiv auf dem Veranstaltungsmarkt positionieren zu können.

Der Verbund sollte aber nicht nur symbolisch, infrastrukturell, sondern auch wirtschaftlich sein. Gewinn und Verlust sollte über beide Häuser bilanziert werden. Weiterhin ist für die erfolgreiche Etablierung eines solchen räumlich zwar getrennten, aber strukturell zusammengedachten Raums ein besonderer Bedarf der dazugehörigen *gemeinsamen* Netzwerkpflege gegeben, insbesondere dann, wenn es den (Um-)Bau und Unterhalt *beider* Häuser betrifft.

Konsequenterweise sollte auch inhaltlich ein Ergänzungsverhältnis, allerdings mit *Schwerpunktlegung*, bestehen. Dabei sollte die Stadthalle stärker kultur- und bürger-

bezogen aufgestellt und ein Konferenzzentrum wissenschafts- und wirtschaftsbezogen sein sowie als Raum für (neue) Großveranstaltungen dienen, aber zugleich die Schaffung neuer kultureller und bürgernaher Räume nicht ausschließen. Dies stellt nach Ansicht der Autoren die größte Herausforderung bei der Entwicklung eines nachhaltigen Konzeptes für beide Häuser dar, *denn beide Häuser müssen auch zur Integration der Heidelberger Stadtgesellschaft beitragen:*

Bei der Stadthalle fällt das Konzept des klassischen *Begegnungshauses* auf fruchtbaren Boden, während das Konferenzzentrum sich eher zu einem *öffentlichen und politischen Raum* eignet, in welchem Veranstaltungsformate wie Bürgerversammlungen ihre integrative Wirkung entfalten und auf diese Weise das Konferenzzentrum für die Bürger sinnhaft in deren Lebenswelt einbettet.

Der Bau eines Konferenzzentrums bedeutet folglich, dass auch von der Infrastruktur der Stadthalle eine neue Qualität von Aufgaben zu bewältigen ist. Wenn sich beide Häuser ergänzen sollen, was sie aus Sicht der Bürgerschaft müssen, dann sind infrastrukturelle Anpassungen notwendig und unumgänglich.

An dieser Stelle ist separat hervorzuheben, dass wenn die Stadthalle ein Kultur- und Begegnungshaus würde, von diesem keine neuen musikalischen Großformate angezogen werden könnten, da, laut den Experten, weder die Größe noch die Baumasse der Stadthalle im Falle eines Umbaus dieser Herausforderung gewachsen wäre. Schlägt man also eine Doppelnutzung mit Schwerpunktlegung vor, die neue große Musikveranstaltungsformate beinhaltet, dann muss die dazu notwendige Infrastruktur vom Konferenzzentrum bereitgestellt werden.

In jedem Fall muss somit bei aller Komplementarität eine Überschneidung der Themen und Formate als Brücke zwischen Tradition und Moderne gewährleistet sein: Die Stadthalle darf sich ebenso nicht zu einem reinen Kulturhaus entwickeln wie ein Konferenzzentrum kein alleiniger Tagungsort sein darf, sondern beide müssen gemeinsam das Ziel verfolgen, alle relevanten Teilbereiche der Stadtgesellschaft zu integrieren, um damit Synergieeffekte für die Bürgerschaft zu generieren.

Das Ergänzungsverhältnis von Tradition und Moderne stellt auf diese Weise einen direkten Bezug her zu den konkreten infrastrukturellen Anforderungen eines neuen Heidelberger Konferenzzentrums einerseits sowie den mit ihm verbundenen städtischen Strukturen und Entwicklungskonzeptionen andererseits.

Von der Diskussion ausgehend ist folglich festzuhalten, dass beim Bau eines neuen Konferenzzentrums in Heidelberg stets bedacht werden muss, dass es sich hierbei nicht um eine bloße Infrastrukturmaßnahme handelt, sondern verknüpft ist mit den besonderen Eigenschaften Heidelbergs. Eine Erweiterung der Infrastruktur Heidelbergs um ein Konferenzzentrum bedeutet eine qualitative Veränderung der Stadtgesellschaft. Aus diesem Grund kann das Konferenzzentrum nicht als einzelnes Bauvorhaben gedacht werden, sondern muss sinnvoll in den Kontext „Stadtgesellschaft Heidelberg“ integriert werden.

Bei einem erfolgreich realisierten Komplementärverhältnis zum traditionellen Heidelberg kann ein neues Konferenzzentrum als physischer wie auch symbolischer Raum einen signifikanten Beitrag zur Integration und Prosperität von Wissenschaft, Kultur, Wirtschaft und institutionalisierter Bürgerschaft leisten und damit die Bürgerschaft in all den Facetten nachhaltig stärken, in welchen die Bürgerinnen und Bürger ihr aktives Verhältnis zu Heidelberg zum Ausdruck bringen. Nur wenn sich ein solches Konferenzzentrum erfolgreich in Heidelberg etabliert, und das heißt nicht nur in Bezug auf Wirtschaft, Wissenschaft und kulturelle Großveranstaltungen, sondern als Raum Heidelbergs, der auch von seinen Bürgerinnen und Bürgern geschätzt, genutzt und dauerhaft mitgestaltet wird, ergibt sich neben den harten Vorteilen die Möglichkeit eines „social returns“.

Und genau dies ist es, was den Bedarf der Bürgerschaft formal charakterisiert: Ein Konferenzzentrum nach den strukturellen Potentialen Heidelbergs auszurichten, um dadurch sichtbare und integrative Impulse für die Entwicklung der Stadtgesellschaft als organisches Ganzes zu geben und nicht, um einzelne stadtgeseftliche Teilbereiche zu fördern.

Um dieser Bedarfslage entsprechen zu können, muss den einzelnen Bürgerinnen und Bürgern bereits in der Planungs- und Gestaltungsphase transparent sein, dass ein neues Heidelberger Konferenzzentrum vermittelt über das Konzept der Doppelnutzung mit Schwerpunktlegung

- *neue Orte der Begegnung und des politischen Engagements innerhalb der Heidelberger Stadtgesellschaft schafft und damit Bürgerbeteiligung und bürgernahe Politik als Teil des Nutzungskonzeptes sehr ernst nimmt.*
- *das Angebot von kulturellen Veranstaltungen quantitativ wie qualitativ erweitert.*
- *in der Stadthalle zu einem Mehr an Raum auch für kleinere bürgernahe Kulturanbieter führt.*
- *der Förderung der Wissenschaft dient, die Heidelberg unterstützt und in wirtschaftlichen Krisenzeiten stabilisiert.*
- *der Wirtschaft neue Impulse liefert und dem Bürger als Wirtschaftssubjekt zugute kommt.*
- *die Heidelberger Altstadt von Großveranstaltungen einschließlich der dazugehörigen Verkehrslage entlastet.*

Nur auf diese Weise ist es möglich, dass ein neues Heidelberger Konferenzzentrum objektiv die Potentiale Heidelbergs ausschöpfen kann, indem es durch seine Sinnhaftigkeit bei den Bürgerinnen und Bürgern subjektiv auf Zustimmung stößt. Sich also im doppelten Sinne bürgernah positioniert.

6. Literatur

Berger, Peter L, und Thomas Luckmann. 2007. Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit. Eine Theorie der Wissenssoziologie. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuchverlag.

Bogner, Alexander, Hrsg. 2009. Experteninterviews. Theorien, Methoden, Anwendungsfelder. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Flick, Uwe, Hrsg. 2006. Qualitative Evaluationsforschung. Konzepte - Methoden - Umsetzung. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.

Gläser, Jochen, und Grit Laudel. 2010. Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse als Instrumente rekonstruierender Untersuchungen. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Heinze, Thomas. 2001. Qualitative Sozialforschung. Einführung, Methodologie und Forschungspraxis. München, Wien: Oldenbourg.

Hitzler, Ronald, Hrsg. 1994. Expertenwissen. Die institutionalisierte Kompetenz zur Konstruktion von Wirklichkeit. Opladen: Westdeutscher Verlag

7. Anhang: Interviewleitfaden

Dimension: Strukturdaten

- Name
- Erlaubnis zum Mitschnitt
- Position des Experten in der Organisation/Institution
- Organisationsgröße und –aufgabe(n)
- Regionale und überregionale Kooperationspartner

Dimension: Bedeutungszuschreibung Konferenzzentrum

- *Worin sehen Sie die Bedeutung eines (neuen) Konferenzzentrums für Heidelberg?*
 - Welche Bedeutung hat ein Konferenzzentrum für das Ansehen von Heidelberg ganz allgemein?
 - Wie begründen Sie Ihre Einschätzung?
 - Welche Bedeutung hat ein neues Konferenzzentrum für Heidelberg etwa als Wissenschaftsstadt?
 - Glauben Sie, dass es zu einem Zuwachs von Fachkongressen/Tagungen kommen wird?
 - Wenn ja:
 - Was stützt Ihre Vermutung?
 - Könnte ein neues Konferenzzentrum wirtschaftliche Effekte für Heidelberg besitzen?
 - Wenn ja:
 - Worin könnten diese dann bestehen?
 - Was stützt Ihre Vermutung?
 - In welcher Hinsicht könnte ein Konferenzzentrum Impulse für „Kultur“ geben?
 - Welche Bedeutung kann ein neues Konferenzzentrum für die Bürgerinnen und Bürger Heidelbergs haben?

Neues Konferenzzentrum – Bedarfserhebung Bürgerschaft

- Sehen Sie hier eher Chancen und Vorteile oder Nachteile für die Bürgerinnen und Bürger?
 - Wenn eher Chancen und Vorteile:
 - Welche?
 - Warum nennen Sie grade diese und nicht andere?
 - Wenn eher Nachteile
 - Welche?
 - Warum nennen Sie grade diese und nicht andere?
- In welchem Verhältnis sehen/sieht Sie/Ihre Organisation sich zu einem neuen Konferenzzentrum? [Überleitung zur Rolle als Veranstalter]

Dimension: Veranstaltungsformen/Vergangene Veranstaltungen

- *Haben Sie bisher Veranstaltungen in Heidelberg oder in der näheren Umgebung durchgeführt?*
 - Wenn keine:
 - Aus welchen Gründen?
 - Welche Veranstaltungsformate sind typisch für Sie/Ihre Organisation?
 - Wer ist Ihre Zielgruppe?
 - Falls es mehrere gibt:
 - Gibt es auch verschiedene Formate?
 - In welchem Rahmen fanden die jeweiligen Veranstaltungen bisher statt?
 - Wo finden diese Formate bisher statt?
 - Wie viele Teilnehmer haben die jeweiligen Formate?
 - Was brauchen diese Formate regelmäßig für eine Ausstattung/Räumlichkeit/Infrastruktur?
 - Würden Sie Ihre bisherigen Veranstaltungen als einen Erfolg bezeichnen?
 - Wenn nein:
 - Aus welchen Gründen nicht?
 - Könnte hier ein neues Konferenzzentrum Hilfe leisten?
 - Wenn ja:

Neues Konferenzzentrum – Bedarfserhebung Bürgerschaft

- In welcher Form könnte ein Konferenzzentrum zum weiteren Gelingen Ihrer Veranstaltungen beitragen?
- Wo möchten Sie sich mit Ihren Veranstaltungen hin entwickeln?
 - Planen Sie weitere/neue Veranstaltungsformen zu entwickeln?
 - Wenn ja:
 - Welche Zielgruppe wollen Sie damit ansprechen?
 - Wie viele Teilnehmer erwarten Sie?
 - Welche Ausstattung/Räumlichkeit/Infrastruktur benötigen diese potenziellen Formate?
- Haben Sie bereits Veranstaltungen in der Stadthalle [oder einem anderen Veranstaltungsort in Heidelberg] durchgeführt?
 - Wenn nein:
 - Aus welchen Gründen dort nicht?
 - Wenn ja:
 - Was hat Sie dazu bewegt, Ihre Veranstaltung dort abzuhalten?
 - Wie beurteilen Sie diese Veranstaltungsorte in Bezug auf Ausstattung/Räumlichkeiten/Infrastruktur
 - Haben Sie die Stadthalle oder einen anderen Veranstaltungsort einmal für Ihre Veranstaltungen nutzen wollen, aber nicht nutzen können?
 - Bitte schildern Sie, woran es im Einzelnen gescheitert ist?
 - Kennen Sie jemanden, dem so etwas [wenn ja: auch] schon mal passiert ist?
 - Wie verlief in diesem Falle der Prozess?
- Wie beurteilen Sie generell die Heidelberger Infrastruktur für Ihre Art von Veranstaltungen?
 - Was ist aus Ihrer Sicht besonders vorteilhaft an Heidelberg als Veranstaltungsort?
 - Bitte geben Sie konkrete Beispiele!
 - Was ist aus Ihrer Sicht besonders nachteilig an Heidelberg als Veranstaltungsort?
 - Bitte geben Sie konkrete Beispiele!
 - Und wie verhält dies sich für andere Veranstaltungsformate? (Kongresse, Symposien, Tagungen, Konzerte, Auszeichnungsveranstaltungen, Neujahrsempfänge, etc.?)

Neues Konferenzzentrum – Bedarfserhebung Bürgerschaft

- Was müsste ein neues Konferenzzentrum leisten, um sich in die skizzierte Infrastruktur sinnvoll einzufügen? [Überleitung zu Infrastruktur/Nutzungskonzepten]

Dimension: Infrastruktur Konferenzzentrum

- *Über welche Ausstattung muss ein Konferenzzentrum verfügen, damit Sie Ihre Veranstaltungen dort durchführen können/möchten?*
 - Bitte nennen Sie notwendige(n)
 - Innenausstattung
 - Technische Voraussetzungen
 - Raumbedarf (Größe, Zuschnitt)
 - Parkflächen
 - Unterkünfte
 - Etc.
 - Spielt der Standort eines Konferenzzentrums für Ihre Veranstaltungen eine große bzw. besondere Rolle?
 - Wenn ja:
 - Welche?

Dimension: Verhältnis Stadthalle zu neuem Konferenzzentrum

- *Wie könnte ein neues Konferenzzentrum in Heidelberg am besten genutzt werden?*

[Hinweis auf die Pluralität der Veranstaltungsformen: Kongresse, Symposien, Tagungen, Konzerte, Auszeichnungsveranstaltungen, Neujahrsempfänge, etc.]

- In welche Richtung sollte sich das Konferenzzentrum inhaltlich entwickeln?
 - Was könnte damit erreicht werden?
 - Für Heidelberg generell ?
 - Für die jeweiligen Veranstalter?
 - Für die Heidelberger Bürgerschaft?
 - Wie könnten Bürgerinnen und Bürger am „Leben“ eines Konferenzzentrums teilnehmen?

Neues Konferenzzentrum – Bedarfserhebung Bürgerschaft

- Um welche Zielgruppe an Veranstaltern/Veranstaltungen sollte sich ein Konferenzzentrum besonders bemühen bzw. für wen sollte es zur Verfügung stehen?
 - Können Sie konkrete Beispiele nennen?
 - Warum sollte sich gerade um diese Veranstalter/Veranstaltungen bemüht werden?
- Was sehen Sie für Schwierigkeiten und Hindernisse bei der Ausrichtung und Etablierung eines neuen Konferenzzentrums?
- Was sollte mit der Stadthalle passieren?
 - In welchem Verhältnis sehen Sie die Stadthalle und ein mögliches neues Konferenzzentrum?
 - Für welche Veranstaltungsformate sollte die Stadthalle dann vorwiegend genutzt werden?
 - Wie könnten Bürgerinnen und Bürger die Stadthalle nach dem Bau eines Konferenzzentrums nutzen?
- In welcher Form sollte die Heidelberger Bürgerschaft an der Entwicklung/Planung eines möglichen neuen Konferenzzentrums beteiligt werden?
 - Was kann man von Seiten der Stadt tun, um ihre Bürgerinnen und Bürger mehr einzubinden?
 - Welche Rolle sollten Bürgerinnen und Bürger bei der inhaltlichen/architektonischen Ausgestaltung eines möglichen neuen Konferenzzentrums haben?
 - Welche Rolle sollten Bürgerinnen und Bürger bei der Standortsuche eines möglichen Konferenzzentrums haben?
 - Wie schätzen Sie den bisherigen Verlauf des Projektes ein?

Abschlussfrage

- *Gibt es noch einen wichtigen Punkt, den wir in diesem Zusammenhang vergessen haben?*

Bürgerbeteiligung Neues Konferenzzentrum

Beteiligungsphase 1 - Bedarfsanalyse

Bürgerworkshop am Montag 3. Juni 2013 von 19.00 - 22.00 Uhr
im Ballsaal der Stadthalle

Dokumentation Stand 06.03.2013

Programm

19.00	Begrüßung, Einführung	Dr. Jobst Wellensiek, Koord.Beirat
19.10	Vorstellung des Workshopkonzepts	Joachim Fahrwald, memo-consulting
19.15	Vorstellung der Bedarfsanalyse - CIMA Studie Rückfragen - Experteninterviews Rückfragen	Uwe Mantik, CIMA Dr. Steffen Sigmund, Max-Weber-Inst.
20.30	Arbeit in Themennischen A - Bestand in HD und Region B - Zukunftspotenzial HD - Potentielle Nutzer - Zusätzliche USP HD C - Analyse Kongressmarkt - Wettbewerb Region D - Wirtschaftlicher Nutzen und Effekte E - Konzept Stadthalle alt F - offene Themennische z.B. Kultur/Konzertnutzung Arbeitsfragen: 1. Sind die Analyseergebnisse für Sie nachvollziehbar? 2. Gibt es zusätzliche Aspekte die zu berücksichtigen sind? 3. Welche Erkenntnisse zum Erhebungsfeld können Sie einbringen?	Moderations- und Expertenteam
21.30	Vorstellung der Ergebnisse	Moderatorinnen und Moderatoren
21.55	Fazit, weiteres Vorgehen, Dank	Dr. Jobst Wellensiek
22.00	Ende der Veranstaltung	

Veranstalter



Koordinationsbeirat
Neues Konferenzzentrum

Moderation / Dokumentation

memo-consulting...

Begrüßung und Einführung

Herr Dr. Jobst Wellensiek, Vorsitzender des Koordinationsbeirats Neues Konferenzzentrum begrüßte die etwa 80 Teilnehmerinnen und Teilnehmer im Namen des Koordinationsbeirats recht herzlich. Außerdem begrüßte er die Mitglieder des Koordinationsbeirats, Herrn Mantik von der CIMA Beratung und Management GmbH, Herrn Dr. Sigmund vom Max-Weber-Institut und das Moderationsteam von memo-consulting.

Der Koordinationsbeirat hat sich in neun Sitzungen getroffen und sich mit dem Bedarf für ein neues Konferenzzentrum beschäftigt. Besonderer Dank gilt den Bürgerinnen und Bürgern, die an den stets öffentlichen Sitzungen des Koordinationsbeirates teilgenommen haben. Gerade aus der Bürgerschaft sind immer wieder interessante und wichtige Impulse gekommen. Insgesamt ist die Arbeit des Koordinationsbeirats geprägt von Offenheit, Transparenz und Sachlichkeit, die eine vertrauensvolle Atmosphäre schaffen.

Die Stadt Heidelberg beschäftigt sich schon seit Jahren mit der Frage „Brauchen wir ein neues Konferenzzentrum?“ In den letzten Jahren geschah dies sehr fokussiert auf den Standort neben der jetzigen Stadthalle. Mit einem Bürgerbegehren wurde die Erweiterung im Juli 2010 mehrheitlich abgelehnt. Fehlende Transparenz im damaligen Vorgehen soll durch konsequente Bürgerbeteiligung diesmal ausgeschlossen werden.

Vor einem Jahr hat der Gemeinderat die Bedarfserhebung beauftragt, im November hat er ein Bürgerbeteiligungsverfahren beschlossen. Der Koordinationsbeirat soll die kommunale Planung begleiten, Transparenz schaffen und Vertrauen zwischen Politik und Bürgerschaft aufbauen. Der Beteiligungsprozess hat zwei Phasen: In der ersten Phase wird darüber beraten, ob Heidelberg ein neues Konferenzzentrum braucht. Diese Phase sollte mit diesem Workshop abgeschlossen und die Bewertung dem Gemeinderat vorgelegt werden. Erst dann können in einer zweiten Phase mögliche Standorte diskutiert werden. Beschlussgremium ist in jedem Fall der Gemeinderat, der Koordinationsbeirat entscheidet nichts.

Vorstellung des Workshopkonzepts

Moderator Joachim Fahrwald stellte den Ablauf des Abends vor, der mit einem ausführlichen Informationsteil beginnt. Uwe Mantik wird die Bedarfserhebung der CIMA vorstellen, anschließend wird Dr. Steffen Sigmund vom Max-Weber-Institut für Soziologie der Universität Heidelberg über die Ergebnisse der Expertenbefragung sprechen. Rückfragen werden möglich sein, die Diskussion der Untersuchungen soll anschließend in den Themennischen erfolgen. Im Workshop-Teil werden die Bürgerinnen und Bürger begleitet von einem Moderationsteam sowie von Expertinnen und Experten. Entsprechende Ergebnisse der Untersuchung sind an den Themennischen auf Wandzeitungen in Kurzform dargestellt. Es wird zu folgenden Themen gearbeitet:

- A. Bestand in HD und Region
- B. Zukunftspotenzial HD - Potentielle Nutzer - Zusätzliche USP HD
- C. Analyse Kongressmarkt - Wettbewerb Region
- D. Wirtschaftlicher Nutzen und Effekte
- E. Konzept Stadthalle alt
- F. offene Themennische z.B. Kultur/Konzertnutzung

Zu diesen Aspekten sollen jeweils folgende Fragen von den Bürgerinnen und Bürgern beantwortet werden:

- Sind die Analyseergebnisse für Sie nachvollziehbar?
- Gibt es zusätzliche Aspekte die zu berücksichtigen sind?
- Welche Erkenntnisse zum Erhebungsfeld können Sie einbringen?

Die Ergebnisse werden anschließend von den Moderatorinnen und Moderatoren vorgetragen. Herr Dr. Wellensiek wird zum Abschluss des Workshops ein Fazit der Diskussion ziehen. Ende der Veranstaltung wird gegen 22.00 Uhr sein.

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer sind mit Foto- und Videoaufnahmen sowohl durch das Rhein-Neckar-Fernsehen (RNF) als auch durch memo-consulting zu Dokumentationszwecken einverstanden.

Vorstellung der Bedarfsanalyse 1 – CIMA Untersuchung

Uwe Mantik von der CIMA Beratung und Management GmbH stellte zunächst kurz sein Unternehmen vor. Mit rund 70 Beratern ist CIMA ein mittelständisches Unternehmen und an verschiedenen Standorten in Deutschland präsent.

Im Rahmen der Bedarfserhebung wurden von der CIMA die unten genannten Themenbereiche untersucht. In einzelnen Bereichen wurde sie dabei von Dr. Sigmund als auch vom Koordinationsbeirat unterstützt.

- Analyse Kongressmarkt und Wettbewerb in der Region
- Bestand in Heidelberg
- Zusätzlicher USP Heidelberg (mit Unterstützung durch Koordinationsbeirat)
- Bürgerbeteiligung zur Bedarfserhebung (mit Unterstützung durch Dr. Sigmund)
- Auswertung Alt-Gutachten
- Konzept Stadthalle (mit Unterstützung durch Koordinationsbeirat)
- Zukunftspotenzial Heidelberg
- Potenzielle Nutzer (mit Unterstützung durch Dr. Sigmund)
- Wirtschaftliche Effekte

Neben einer Auswertung bereits vorhandener Untersuchungen und Unterlagen wurden Experteninterviews, schriftliche und telefonische Befragungen sowie Begehungen vor Ort durchgeführt. Umfassende Desktop-Untersuchungen rundeten die Methodik der Studie ab.

Analyse des Kongressmarktes

Deutschland ist ein starker und stabiler Tagungsmarkt, geprägt durch effiziente Tagungsstätten, sowie eine zentrale Lage. Seit 2002 ist der Markt überwiegend konstant gewachsen. Besondere Bedeutung für den Kongressmarkt haben sog. „Green Events“, die für die Kunden zu einer Grundvoraussetzung der Entscheidung für oder gegen einen Standort werden. Ein weiterer Aspekt wird zukünftig sein, dass sich Veranstaltungshäuser noch stärker in einer Partnerschaft mit Wirtschaft und Wissenschaft vor Ort positionieren.

Bestand Heidelberg

Der Tagungs- und Kongressstandort Heidelberg wurde an Hand von zehn Kriterien bewertet. Hierbei zeigte sich, dass Heidelberg in Bezug auf internationales Renommee, also Hochschulen und wissenschaftliche Einrichtungen hervorragend aufgestellt ist. Ebenso ist die Qualität des Wirtschaftsstandortes Heidelberg als hervorragend einzustufen. Darüber hinaus wurden die PKW- und Bahnanbindung als auch die touristische Attraktivität und das Image der Stadt Heidelberg als hervorragend bewertet.

Etwas kritisch bewertet wurde die internationale Erreichbarkeit, da Heidelberg zu weit vom Flughafen in Frankfurt entfernt sei. Des Weiteren sei das Hotelangebot im Hinblick auf ein Tagungsangebot ebenfalls nur mittelmäßig.

Bezüglich des Konferenzangebots stellte die CIMA fest, dass insgesamt elf Veranstaltungsorte in Heidelberg Räume für mehr als 200 Personen mit zusätzlichen Seminarräumen anbieten.

Zur Untersuchung des Wettbewerbsumfelds für ein neues Konferenzzentrum wurde eine Größe von 1.200 bis 1.500 Plätzen (in Sitzreihe) angenommen, parallel dazu Tagungs- und Seminarräume sowie Ausstellungsflächen. Zurzeit ist die Print Media Academy der einzige Standort, der in direkter Konkurrenz zu einem neuen Konferenzzentrum stehen würde. Bei einer kulturellen Ausrichtung stünden weitere drei Akteure im Wettbewerb zu einem neuen Konferenzzentrum, unter anderem die Stadthalle.

Herr Mantik zog aus der Bestandsanalyse die Erkenntnis, dass nicht alle besichtigten Räume über den benötigten professionalen Rahmen für Firmenveranstaltungen und Kongresse verfügen, eigene Parkplätze fehlen (z. B. am Deutsch-Amerikanischen Institut) und dass die gemeinsame Unterbringung der Gäste und Besucher in unmittelbarer Nähe zum Veranstaltungsort nicht möglich ist. Da dies bei Konferenzzentren der angestrebten Größenordnung Standard ist, wäre die Stadt Heidelberg schlecht beraten, ein neues Konferenzzentrum ohne zusätzliche Hotelkapazitäten umzusetzen.

Im Rahmen der Untersuchung stellte die CIMA jedoch fest, dass ein neues Konferenzzentrum auch von potentiell konkurrierenden Häusern begrüßt würde.

Weiterhin stellte die CIMA fest, dass verschiedene Räume der Universität die formalen Kriterien an Tagungsräume erfüllen. Diese seien jedoch mit einem frei buchbaren Angebot anderer Veranstaltungsstätten nicht vergleichbar, da sie zeitlich nur eingeschränkt nutzbar seien und darüber hinaus kein zentraler Ansprechpartner existiere.

Die Untersuchung des regionalen Wettbewerbs zeigt, dass Heidelberg in Bezug auf Image, Bekanntheit und Standort über erhebliche Vorteile verfügt. Allerdings steht man im Wettbewerb zu bestehenden Häusern in der Metropolregion. Einzelne große Unternehmen schaffen inzwischen eigene Tagungsstätten, z.B. Heidelberger Druck, BASF, Lufthansa. Auch bei allgemeinem Marktwachstum wird ein Verdrängungswettbewerb stattfinden.

Alleinstellungsmerkmal Heidelberg

Neben harten Faktoren für die Auswahl eines Tagungsstandorts wie Infrastruktur (Verkehr, Hotels), Preis-Leistungsverhältnis und Nähe zu einem fachlichen Umfeld sind zunehmend weiche Faktoren für die Auswahl von Bedeutung. Da die Tagungs- und Nichttagungszeit vor Ort häufig gleich lang sind, werden u. a. die touristische Attraktivität, das Kultur- und Unterhaltungsangebot sowie der „Wohlfühlfaktor“ für die Entscheidung für oder gegen einen Standort relevant.

Die Analyse der Altgutachten zum Kongresszentrum zeigt übereinstimmende Ergebnisse aus einer Vielzahl von Untersuchungen. Alle Gutachten zum Standort haben sich nicht nur bestätigt, sondern wurden noch übertroffen.

Eine Bedarfsabfrage bei professionellen Kongressveranstaltern (Professional Conference Organiser - PCO) hat ergeben, dass Heidelberg als B-Standort international vermarktet werden kann. Heidelberg ist aber kein sog. A-Standort wie Frankfurt am Main oder Berlin.

Für ein Konferenzzentrum ist der lokale und regionale Bedarf von erheblicher Bedeutung. Institutionen wie die Universität bzw. das Deutsche Krebsforschungszentrum (DKFZ) generieren viele Konferenzen, doch muss der Betreiber eines Kongresszentrums eine gezielt Akquise betreiben, denn die Institutionen können z. B. auch nach Mannheim.

Konzept Stadthalle

In einem weiteren Untersuchungsfeld widmete sich die CIMA der Frage, was ein neues Konferenzzentrum für die Stadthalle bedeuten würde. 39% der derzeitigen Auslastung werden durch Wirtschaftsveranstaltungen generiert. Man kann davon ausgehen, dass 90% dieser ertragreichen Veranstaltungen in ein neues Konferenzzentrum abwandern würden, was dazu führt, dass die bisher 61% der subventionierten Veranstaltungen von Kultur- und Vereinsleben in der Stadthalle nicht mehr gesichert werden könnten. Ein neues Konferenzzentrum muss für den Standort Heidelberg immer eng mit der Stadthalle in einem ganzheitlichen Konzeptansatz gesehen werden. Beide Häuser können sich hervorragend ergänzen und am Markt als eine Einheit auftreten. So könnte die Stadthalle den passenden Rahmen für eine Abendveranstaltung bzw. eine Galaveranstaltung bieten.

Wirtschaftliche Effekte

Als wirtschaftliche Effekte eines Konferenzzentrums in der angedachten Größe prognostiziert die CIMA ca. 25 Vollzeitarbeitsplätze (ohne Gastronomie), die eine Bruttolohnsumme von 1 bis 1,2 Mio. Euro generieren.

Grundsätzlich stellte Herr Mantik weiterhin dar, dass eine klassische Rentabilität in solchen Häusern nicht erzielt wird. Zwar kann der operative Bereich die laufenden Kosten decken, nicht aber die Investitionskosten und Abschreibungen. Er verweist jedoch auf die Stärkung des Wirtschaftsstandorts durch die Umwegrentabilität. Hierzu zählen die durch ein Konferenzzentrum generierten Umsätze der Stufe 1 (Hotels, Restaurants, Einzelhandel, Transportunternehmen) sowie der Stufe 2 (Reinigungen, Zulieferbetriebe, Handwerksleistungen, Versicherer etc.) und das Steueraufkommen.

Gesamtbewertung

Herr Mantik schlussfolgerte aus der Untersuchung, dass ein neues Konferenzzentrum zu einer erheblichen Aufwertung der Wirtschaftsinfrastruktur und zu einer höheren Wertschöpfung in Heidelberg führen würde. Darüber hinaus machte er deutlich, dass alle Befragungen einen eindeutigen Bedarf für ein Konferenzzentrum zeigen.

Er wies jedoch auch darauf hin, dass trotz Marktwachstum ein neues Konferenzzentrum zu einem verstärkten Wettbewerb (auch in der Region) führen wird.

Rückfragen zur CIMA Untersuchung

Frage: Es ist eine interessante Information, dass ein Konferenzzentrum dieser Größe nicht wirtschaftlich zu betreiben ist. Bei der Umwegrentabilität ist man von 200.000 Besuchern ausgegangen, dies scheint sehr optimistisch.

Herr Mantik: 180.000 Tages- und 20.000 Mehrtagesbesucher ist eine konservativ optimistische Kalkulation. Ein Haus dieser Größenordnung muss ganzjährig mit der entsprechenden Auslastung betrieben werden.

Frage: Zur Universität wurde gesagt, geeignete Räume seien zwar vorhanden, aber zeitlich schlecht verfügbar. Eigentlich müssten die großen Veranstaltungssäle zu 45 % der Zeit verfügbar sein, wenn man Semesterferien berücksichtigt. Es ist richtig, dass Ansprechpartner bei der Universität schwierig zu finden sind. Wie könnte das große Potential der Universität besser genutzt werden?

Herr Mantik: Die Universität ist in erster Linie für den eigenen Lehr- und Forschungsbetrieb da, folglich stehen Veranstaltungsräume nur eingeschränkt zur Verfügung. Größe und Ausstattung einzelner Räume ist tatsächlich sehr gut.

Frage: Wird das Kongresszentrum in Mannheim als Konkurrenz angesehen? Wie groß ist es?

Herr Mantik: Der Rosengarten in Mannheim ist größer, es können bis zu 2.500 Teilnehmer in Reihenbestuhlung untergebracht werden. Dafür gibt es nur einen geringen Bedarf im Konferenzmarkt.

Nachfrage: Verstehen wir uns als Metropolregion oder sind wir konkurrierende Standorte, teilen wir den Kuchen oder beharren wir auf Konkurrenz zwischen den Städten?

Frage: Wie hoch ist der Anteil der sehr großen Kongresse mit über 2.000 Teilnehmern?

Herr Mantik: Der Anteil liegt unter 2 %, cirka bei 1,6 %.

Vorstellung der Bedarfsanalyse 2 – Experteninterviews

Dr. Steffen Sigmund vom Max-Weber-Institut für Soziologie der Universität Heidelberg stellte die Studie Bedarfserhebung Bürgerschaft vor. Seine Ausgangsfrage war, welchen Bedarf die Bürgerinnen und Bürger Heidelbergs an einem Konferenzzentrum haben.

Hierzu wurden folgende Fragen entwickelt:

- Welche Veranstaltungen schätzen die Heidelberger Bürgerinnen und Bürger besonders, so dass diese daher besonders berücksichtigt werden sollten?
- Welche Anforderungen stellen diese und andere Veranstaltungen aus den Bereichen Kultur, Wissenschaft und Wirtschaft an ein neues Konferenzzentrum?
- Welche Veranstaltungsformate sollten im neuen Konferenzzentrum stattfinden und welche in der Stadthalle?
- Wie könnten sich die Bürgerinnen und Bürger an der Gestaltung und am Leben eines neuen Konferenzzentrums beteiligen?

Da Fragebögen als nicht zielführend erachtet wurden, wurden leitfadengestützten Interviews mit Schlüsselpersonen geführt, die die Heidelberger Bürgerschaft repräsentieren. Insgesamt wurden 20 Experteninterviews á 45-60 Minuten geführt. Diese Experten setzten sich wie folgt zusammen:

1. Vertreter bürgerschaftlicher Organisationen (sozial, politisch, karitativ, kulturell), die nach eigener Einschätzung insgesamt die Interessen von 5.000 bis 7.000 Bürgerinnen und Bürgern repräsentieren.
2. Vertreter von Heidelberger Unternehmen und überregionalen Berufsverbänden, die in der Vergangenheit und zukünftig Veranstaltungen in Heidelberg durchführen und die Heidelberger Wirtschaft repräsentieren.
3. Vertreter von Kultur, die die kulturellen Bedürfnisse der Bürgerschaft repräsentieren.
4. Vertreter wissenschaftlicher Einrichtungen, die Heidelberg als Wissenschaftsstandort repräsentieren.

Diese Gruppierungen führen 600-800 Veranstaltungen mit ca. 200.000 TN im Jahr durch.

Mit der Befragung sollten sowohl die Erwartungen an ein Kultur- und Konferenzzentrum als auch die Einstellung hinsichtlich dessen Bedeutung abgefragt werden. Weiterhin sollte der Bedarf hinsichtlich der Veranstaltungsformate und der benötigten Infrastruktur erhoben werden. Abschließend sollte auch das Verhältnis der bisherigen Stadthalle zu einem möglichen neuen Konferenzzentrum thematisiert werden.

Ergebnisse

Grundsätzlich wird einem Kultur- und Konferenzzentrum signifikant eine sehr große Bedeutung für Heidelberg zugeschrieben.

Hinsichtlich des Bedarfs kommt die Befragung zu dem Schluss, dass Veranstaltungsformate bis 500 Personen bereits aktuell gut bis sehr gut durchgeführt werden können, da es hier eine große Vielfalt an Räumen gibt. Besonderer Bedarf besteht an größeren Veranstaltungsräumen für 700 bis 1.400 Teilnehmerinnen und Teilnehmern, z. B. für Hauptversammlungen von Unternehmen, großen Kulturveranstaltungen, E- und U-Musikveranstaltungen sowie Jubiläumsfeierlichkeiten und Feiern (z. B. Abitur).

Die bestehende Infrastruktur wird von den Befragten als verbesserungswürdig angesehen, in Bezug auf Lage, Erreichbarkeit und technische Ausstattung. Daraus abgeleitet verlangen alle Befragten modulare Raumgestaltung, modernste Technik und sehr gute Erreichbarkeit, insbesondere durch den ÖPNV. Eine gute Erreichbarkeit der Altstadt ist den Befragten ebenso wichtig, wenngleich das Konferenzzentrum nicht direkt dort sein muss. In der Befragung ergeben sich keine signifikanten Aussagen zur Hotelunterbringung.

Die Befragten stimmen darin überein, dass das Zentrum von innen nach außen, also aufgrund seiner Funktionalität geplant werden solle. Die Architektur und äußere Gestalt sollen dies umsetzen. Als Voraussetzung für ein neues Konferenzzentrum müsse eine langfristige Konzeption für die Stadthalle mitentwickelt werden.

Konsens bestand dahingehend, dass beide Orte in einem Ergänzungsverhältnis mit Schwerpunkten stehen sollen, die Stadthalle eher kultur- und bürgerbezogen, das Konferenzzentrum eher wissenschafts- und wirtschaftsbezogen.

Gesamtbewertung

Von den Befragten wurde ein neues Kultur- und Konferenzzentrum als Zukunftsprojekt mit großer Bedeutung für Heidelberg angesehen. Als wichtiger Teil der Stadtentwicklung müssen in diesem Zusammenhang auch eine Vielzahl hiermit verknüpfter Aspekte mitgeplant und verändert werden - beispielsweise die Struktur des ÖPNV.

Einen besonderen Bedarf sehen die Befragten im Hinblick auf

- Veranstaltungen von 600 bis 2.000 Personen,
- die Verkehrsgestaltung,
- die räumliche Flexibilität und technische Modernität.

Bei guter Abstimmung mit der Stadthallennutzung kann ein neues Konferenzzentrum zur dauerhaften Verbindung von Wissenschaft, Kultur, Wirtschaft und Bürgerschaft beitragen. Das Verhältnis zur Stadthalle muss definiert sein. Im Zentrum kann hier eine Doppelnutzung mit Schwerpunktsetzung stehen.

Rückfragen

Frage: Welche Unternehmen würden ein neues Konferenzzentrum tatsächlich nutzen? Die Kultur Ausgaben waren mit dem Bau des Stadttheaters bereits sehr hoch. Weiterhin sind wir eine zusammenwachsende Region (Metropolregion), Mannheim ist nicht weit.

Herr Dr. Sigmund: Es wurden keine belastbaren Zahlen erhoben, denn das war nicht Ziel der Befragung.

Frage: Haben wir eine Konzeption für die Stadthalle?

Herr Dr. Sigmund: Ich habe sie nicht, aber Hinweise von den Befragten, wie sie aussehen könnte. Kultur ist mehr als Theater.

Herr de Vries, Stadtmarketing HD: Natürlich gibt es eine Konzeption für die Stadthalle an der wir derzeit noch intensiv arbeiten. Diese steht in engem Zusammenhang mit dem Ziel, das Haus den Bürgern mehr zu öffnen, aber es auch zukunftsfähig auszurichten. Zurzeit sind ca. 39 % wirtschaftliche Auslastung, 61 % kulturelle und bürgerschaftliche Nutzung. Die möglichen Abwandernden sind Deckungsbeitragszahler, wer bleibt und dann auch den freien Raum ausfüllt, ist vermutlich in der Regel auf Zuschüsse und Unterstützung angewiesen. Die Herausforderung ist derzeit, dass in diesem Haus einerseits profitabel gearbeitet werden muss, andererseits muss es den Bürgerinnen und Bürgern offen stehen. Heidelberger Vereine bekommen teilweise bis zu 40 % Rabatt auf die Raummiete, zudem gibt es weitere Zuschussmöglichkeiten. Die Stadthalle hat ca. 220 Veranstaltungstage mit über 100.000 Besucherinnen und Besuchern. Die Auslastung ist steigend, aber schwierig zu steuern auf Grund der Struktur. Dadurch können viele Anfragen auch nicht bedient werden.

Vorstellung der Diskussionsergebnisse der Themennischen

Nische A: Bestand in HD und der Region

Moderator Steffen Brucker berichtete, dass eine kritische Stimmung in der Themennische überwog. Man war der Meinung, dass insbesondere in den Räumen der Universität ein Großteil der möglichen Konferenzveranstaltungen durchgeführt werden könnte. Die Analyse der CIMA wird

kritisch bewertet. Methodisch wird kritisiert, dass PKW und Bahn gleich gestellt werden, die Erreichbarkeit mit der Bahn ist in Heidelberg mangelhaft. Weiterhin wird angemerkt, dass die Auslastung der bestehenden Räumlichkeiten getrennt voneinander betrachtet werden müsse. Außerdem sei es problematisch, dass die Veranstalter die Hotelunterbringung selber organisieren müssten. In der Bilanz wird festgehalten, dass die Studien sehr informativ seien, aber dazu noch recht abstrakt.

Nische B: Zukunftspotential HD – Potenzielle Nutzer – Zusätzliche USP Heidelberg

Moderator Alexander Matt berichtete, dass die Studie inhaltlich von allen Akteuren mitgetragen werden konnte, sie sei nachvollziehbar und gut aufbereitet. Diskutiert wurde von einer weitgehend homogenen Gruppe und man war sich einig, dass der Standort Heidelberg in der Studie gut dargestellt sei. Heidelberg sei eine Marke für den Tourismus, womit sogar internationale Märkte erschlossen werden könnten.

Ein ergänzender Vorschlag verwies darauf, dass Ausstellungsflächen nicht nur kongressbegleitend, sondern auch als reine Ausstellungsflächen vermarktet werden könnten.

In der Bilanz wird gesehen, dass Heidelberg genügend Kultur habe, so dass die Fokussierung eher in Richtung Kongresse und Wirtschaft gehen sollte.

Nische C: Analyse Kongressmarkt – Wettbewerb Region

Die Moderatoren Frank Zimmermann und Mario Klein stellten die Ergebnisse der Themennische vor. Die Gruppe blieb relativ konstant, viele Experten beteiligten sich temporär an den Diskussionen in der Nische.

Die Gruppe hinterfragte, ob der angenommene Ansatz von 200.000 Besuchern jährlich realistisch sei. Weiterhin wurde nach der Anzahl der Veranstaltungen in Mannheim gefragt. Insgesamt wurde kritisiert, dass zu wenige Zahlen, Daten und Fakten hinsichtlich der Bedarfe vorliegen.

Die Gruppe diskutierte intensiv Positionen zur Metropolregion, die viel mehr als Einheit betrachtet werden sollte. Man sollte die ganze Region betrachten, damit könnte man sich besser vernetzen und interagieren.

Vielfach wurde die Befürchtung geäußert, dass ein neues Konferenzzentrum zu hohen Defiziten führen würde. Bei einer aktuellen Auslastung der Stadthalle von ca. 60 %, davon ungefähr 61 % Kultur und 39 % Wirtschaft, müsste die Stadthalle nach Wegfall der Einnahmen aus Wirtschaftsveranstaltungen mit erheblichen Einbußen rechnen.

Herr de Vries antwortete, dass der Betrieb der Stadthalle unter Umständen mit einem neuen Konferenzzentrum in einem ganzheitlichen inhaltlichen Konzept eingebunden werden müsste.

Es wurde darauf hingewiesen, dass man hinsichtlich des Tagungsmarktes auch in die Zukunft schauen müsse und nicht nur die Vergangenheit bewerten dürfe. Hierzu ergänzt Herr Mantik von der CIMA, dass die Prognosen für den Wachstumsmarkt Konferenzen bei 2,5 bis 4 % pro Jahr liegen.

Von Teilnehmern wurde festgehalten, dass Heidelberg ein sehr guter Standort für Konferenzen sei. Allerdings sei die vorliegende Untersuchung keine ausreichende Entscheidungsgrundlage, mit der ein Votum abgegeben werden könnte. Die Diskussion wurde begleitet von der großen Frage: „Wollen / Können wir uns das leisten?“

Nische D: Wirtschaftlicher Nutzen und Effekte

Die Moderatoren Petra Hörmann und Albertus Bujard stellten die Diskussionsergebnisse vor. Die kalkulierten Einnahmen wurden kritisch hinterfragt, da jegliche Angaben zum Investitionsvolumen fehlen. Die kalkulierten Steuereinnahmen ließen sich nicht bewerten, wenn keine Informationen darüber vorliegen, welche Kosten auf die Kommune und Steuerzahler zukommen. Es besteht ein großes Unbehagen, dass die erwarteten Steuerereinnahmen nicht ausreichen, um die entstehenden Defizite zu legitimieren.

Hinsichtlich der wirtschaftlichen Effekte wurde die Metropolregion nicht ausreichend betrachtet. Wenn neue Arbeitsplätze in Heidelberg entstehen, werden sie möglicherweise von anderen Standorten in der Metropolregion abgezogen.

In der Diskussion wurde auf eine gravierende Diskrepanz zwischen den Ergebnissen der CIMA-Untersuchung und der Expertenbefragung hingewiesen: Während die CIMA-Untersuchung von 200.000 zusätzlichen Tagungsgästen ausgeht, äußerten die Experten, dass der Bedarf bei Veranstaltungen mit bis zu 500 Plätzen bereits aktuell gut abgedeckt sei.

In der Bilanz wird zum Ausdruck gebracht, dass der Gemeinderat mit dieser Informationsgrundlage keine positive Entscheidung treffen könne, da Investitionskosten und Betriebskosten noch gar nicht gerechnet wurden. Die Nutzen wurden gut dargestellt, die Kosten hingegen gar nicht. Ebenfalls seien die Folgen für die Metropolregion nicht betrachtet worden.

Nische E: Konzept Stadthalle alt

Der Moderator Herr Strommenger stellte die Ergebnisse der Themennische vor. Eine homogene Gruppe war sich einig, dass ein neues Kongresszentrum nur im Zusammenhang mit der bestehenden Stadthalle gesehen werden darf. Insbesondere müsse die Stadthalle finanziell gesichert sein, da deren Nutzung wichtig für Hotels und Unternehmen in der Altstadt sei.

Weiterhin wurde darauf verwiesen, dass Heidelberg sich mehr auf wissenschaftliche Veranstaltungen konzentrieren solle und Seminarräume auch in weiterer Entfernung genutzt werden könnten.

Die genannte Auslastung der Stadthalle wurde hinterfragt im Hinblick darauf, dass nicht alle Räume ausgelastet seien. Somit entstünde die Möglichkeit, Teile der Stadthalle wieder entsprechend der früheren Funktion als eine Art Bürgertreff zu nutzen. Eine kostengünstige bzw. kostenfreie Nutzung der Stadthalle für Bürgertreffs sei einem Leerstand vorzuziehen.

Nische F: Offene Themennische - z. B. Kultur/Konzertnutzung

Der Moderator Herr Prof. von Olshausen berichtet von der offenen Themennische, die sich insbesondere mit dem Thema Kultur beschäftigt hat. Thesen von Herrn Thorsten Schmidt wurden diskutiert.

Zunächst stellte er dar, dass die Wirkungen einer kulturellen bzw. Konzertnutzung nicht Teil der Untersuchungen waren. Man kann davon ausgehen, dass etwa 15% zusätzlicher Kosten entstehen, wenn das Kongresszentrum auch für Konzerte ausgebaut wird. Ein Befürworter dieser Doppelnutzung schlug auch gleich den Namen „K und K-Zentrum“ vor. Ergänzt wurde dazu, dass eine Konzertnutzung in jedem Fall auch U-Musik einschließen sollte. Allerdings könnten alle Fragen zur kulturellen Nutzung eines neuen Konferenzentrums erst beantwortet werden, wenn die Nutzung der Stadthalle geklärt sei. Es wurde auch die Frage nach einer technischen Ertüchtigung der Stadthalle aufgeworfen.

Weiterhin wurde die Metropolregion thematisiert. Hierbei wurde kritisiert, dass sich jede Stadt am Ende doch selbst am nächsten sei.

Es wurde festgehalten, dass vor einer Entscheidung im Gemeinderat die Daten und Kosten für eine kulturelle Nutzung des neuen Konferenzentrums sicher erhoben werden sollten.

Fazit und weiteres Vorgehen - Dr. Jobst Wellensiek

Herr Dr. Wellensiek dankte allen Bürgerinnen und Bürgern, die gekommen sind, für die engagierte und sachgerechte Diskussion. Weiterhin dankte er Joachim Fahrwald und seinem Team für die gelungene Durchführung des Workshops sowie Herrn Mantik und Herrn Dr. Sigmund für die Erarbeitung und Darstellung der Untersuchungen.

Seinen Dank richtete Herr Dr. Wellensiek auch an die Presse und verbindet dies mit der Hoffnung auf weitere Berichte in der Zukunft. Es sei wichtig, dass möglichst viele Bürgerinnen und Bürger mitdiskutieren und teilhaben. Nur so könne Transparenz und Vertrauen geschaffen werden.

In seinem Fazit fasste Herr Dr. Wellensiek die zentralen Ergebnisse der Untersuchungen zusammen. Aus der CIMA-Studie sind für ihn die folgenden Punkte zentral:

1. Der Wirtschafts- und **Wissenschaftsstandort HEIDELBERG profitiert in erheblichem Maße** vom Neubau eines Tagungs- und Kongresszentrums.
2. Bisher „ausgelagertes“ Geschäft kann am Standort gebunden werden, die Wirtschaftsinfrastruktur wird erheblich aufgewertet und führt im Ergebnis zu **erhöhter Wertschöpfung in Heidelberg**.
3. Die heute vorhandene Stärke und die erkennbaren Zukunftspotenziale des Standortes, das Wachstum des Marktes im Kongress- und Tagungsbereich und v.a. die durch Befragungen vor Ort gewonnenen Erkenntnisse von Experten, der Universität, von Organisationen, Unternehmen und Multiplikatoren lassen **eindeutig einen Bedarf für Heidelberg erkennen**.
4. Ein neues Konferenzzentrum muss die **Alleinstellungsmerkmale** von Heidelberg nutzen.
5. Ein neues Konferenzzentrum muss immer in enger Abstimmung und **gemeinsam mit der Ausrichtung der Stadthalle** gesehen werden.

Die Expertenbefragung des Max-Weber-Instituts für Soziologie enthält nach seiner Auffassung folgende zentrale Aussagen:

1. Ein neues Kultur- und Konferenzzentrum wird als **Zukunftsprojekt** von großer Bedeutung für Heidelberg angesehen. Als wichtiger **Teil der Stadtentwicklung** müssen in diesem Zusammenhang somit auch eine Vielzahl hiermit **verknüpfter Aspekte** mitgeplant und verändert werden, beispielsweise die Struktur des ÖPNV.
2. Ein besonderer Bedarf besteht in Hinblick auf
 - Veranstaltungen von 600 bis 2.000 Personen
 - die Verkehrsgestaltung
 - die räumliche Flexibilität und technische Modernität
3. Bei guter **Abstimmung mit der Stadthallennutzung** kann ein neues Konferenzzentrum zur dauerhaften Verbindung von Wissenschaft, Kultur, Wirtschaft und Bürger-

schaft beitragen. Das Verhältnis zur Stadthalle muss definiert sein. Im Zentrum kann hier eine **Doppelnutzung mit Schwerpunktsetzung** stehen.

Aus dem Workshop nahm Herr Dr. Wellensiek mit, dass ein genereller Bedarf durchaus von allen gesehen werde. Allerdings könne man aus den Diskussionen nicht schließen, ob die Bürgerinnen und Bürger für oder gegen ein neues Konferenzzentrum seien. In einzelnen Themennischen hätten kritische Hinweise überwogen. Diese müssen als beachtenswerte wichtige Hinweise in das weitere Verfahren einbezogen werden.

Zum Abschluss stellte Herr Dr. Wellensiek das weitere Vorgehen dar. Der Koordinationsbeirat wird die Gesamtergebnisse der Phase I „Bedarfsanalyse“ dem Gemeinderat vorlegen. Dazu gehören auch die Ergebnisse aus dem Workshop, insbesondere auch die Fragen und Aspekte, die erst für die nächsten Phasen eine Relevanz haben. Der Gemeinderat wird voraussichtlich am 24. Juli entscheiden, ob er den Bedarf für ein neues Konferenzzentrum sieht. Wenn der Bedarf festgestellt wird und das Ziel ein neues Konferenzzentrum zu bauen weiter verfolgt werden soll, wird die zweite Phase der Beteiligung beginnen, die sich mit der Frage nach einem geeigneten Standort und möglichen Konzepten auseinandersetzen wird. Von diesen Ergebnissen der Phase I (Bedarf) und Phase II (Standort) werden sich dann weitere Entscheidungen ableiten lassen..

Mit dem Aufruf an die Bürgerinnen und Bürger, weiterhin so engagiert zu bleiben, schloss Herr Dr. Wellensiek den Workshop „Bürgerbeteiligung Neues Konferenzzentrum“.