



Das Areal der Alten Waggonfabrik in Mainz-Mombach ist seit jeher ein besonderer Ort, der in den Nachkriegsjahren und der wirtschaftlichen Stabilisierungsphase einer der wichtigsten Standorte für die Landeshauptstadt Mainz war. Auch heute noch gehört das Industrieareal mit seinen 120.000 Quadratmetern zu einer der größten Wirtschaftsflächen in unmittelbarer Stadtnähe. Doch zwischen kleinen und großen Lagerhallen, Werkstätten und Büroflächen finden sich auch Kreativräume, ein exklusives Möbelgeschäft, Architekten, Fotografen, eine Kletterhalle und die Halle 45. Bis 2015 17 Jahre lang als Phönix-Halle bekannt, bevor die neue Betreibergesellschaft Halle 45 GmbH den Betrieb übernahm. Investitionen in Sicherheit und Sanierung der Bausubstanz waren dringend erforderlich. So wurden bis zum ersten Event im Frühjahr 2016 bereits 1,5 Millionen Euro investiert. Von Beginn an für die Betreiber Ralph Heinrich und Dr. Hanns-Christian von Stockhausen ein Leuchtturmprojekt. Anderthalb Jahre nach dem Start ist es Zeit für ein Zwischenfazit.

Die Veranstaltungsbranche im Zeitenwandel.

Mainzer HALLE 45 –
Mit neuer Identität in Richtung Zukunft

Die Gebäude und Lagerhallen der Alten Waggonfabrik lassen auf dem Weg vom Parkplatz noch nicht erahnen, welcher Anblick sich da nach wenigen Metern auftut. Tritt man aus der ersten Gebäudeschlucht, steht man plötzlich vor ihr. Die alte Backsteinfassade der Halle 45 zieht die Blicke auf sich. Das neue Eingangsportal der Eventlocation lässt keinen Zweifel, dass hier in den zurückliegenden Sommermonaten eine Menge passiert ist. „Wir haben lange überlegt; oder viel besser gerechnet, welche letzten Bausteine wir diesen Sommer angehen. Umso mehr freuen wir uns, dass wir jetzt gleich beide Baumaßnahmen umsetzen konnten“, so Geschäftsführer Dr. Hanns-Christian von Stockhausen, „Fertig. So richtig können wir das noch nicht begreifen“, fügt er nach kurzer Pause hinzu. Jetzt hat die alte Dame, die so viele Geschichten aus den letzten 70 Jahren zu erzählen vermag, also ihr altes Gesicht zurück. Von nun an betreten die Besucher über einen zentralen Eingang die Halle, durch vier gläserne, bodentiefe Eingangsportale. Bewusst in der Pfostenriegeloptik ihrer Anfangszeit, die den architektonischen Wert hervorheben. Geht man noch einen Schritt weiter und übersteigt die Türschwelle, fügt sich das Bild zusammen. Auf den rund 5000 Quadratmetern wurde ein geschliffener Betonstrich eingezogen, der für jegliche Szenarien, von Galaabenden über Messen bis Sportevents gerüstet ist. Die Halle 45 ist nicht nur optisch bereit für eine neue Ära. Mit modernster Sicherheitstechnologie, erstklassigen Lichtinstallationen und der Instandsetzung sechs historischer Kräne, kombiniert mit einem Vorhangsystem, bietet sie höchste Variabilität. Eigens designte und speziell angefertigte Überseecontainer stehen für Nachhaltigkeit und bieten Raum für

Sanitäreinheiten, Garderoben und Bars. Am Flair selbst hat es nie gehapert. Jetzt soll sich das bezahlt machen.

| Ein junges Unternehmen mit Ideen. Und ersten Zahlen.

Erfahrung haben sie, 20 Jahre Eventgeschäft sprechen eine deutliche Sprache. Ob sie indes dazu den Mut hatten oder doch der Wunsch Vater des Gedankens war, blieb zunächst dahingestellt. Den Beweis blieben sie nicht lange schuldig. Die Finanzierung des Gesamtprojekts, das sich aktuell auf 2,5 Millionen EUR beläuft, war von Beginn an auf breite Füße gestellt. Die Gesellschaft hat neben der Finanzierung durch die Mittelständische Beteiligungsgesellschaft keine Fördergelder oder Zuschüsse aus Landes- oder Stadttöpfen erhalten. „Obwohl unser erstes Geschäftsjahr aufgrund eines Baustopps verspätet gestartet ist, ist der Rückblick durchweg positiv. In 2016 haben wir knapp 1 Millionen Euro umgesetzt. Vor kurzem haben wir nun den Break Even geschafft. Mit den neuerlichen Investitionen erhoffen wir uns nun einen weiteren großen Schub in der Vermarktung“, erklärt Geschäftsführer Dr. Hanns-Christian von Stockhausen. Besonders erfreulich für die Betreiber, viele Erstkunden haben erneut gebucht oder bereits 2017 die zweite Veranstaltung in dem fast 200 Jahre alten Industriedenkmal veranstaltet. So erst Anfang September der Kosmetikkonzern Wella, der nach 2016 erneut seinen mit rund 1.450 Gästen besuchten National Trend Vision Award in der Halle 45 veranstaltet hat.



Mit aktuell beinahe ausgebuchter Halle im letzten Quartal strebt die Gesellschaft für 2017 ein Umsatzvolumen von über 2 Millionen Euro an.

| Inmitten eines immer breiteren Branchenmix

Mit dem unterschriebenen Pachtvertrag im August 2015 war den beiden Betreibern bewusst, dass sie sich in einen Wachstumsmarkt begeben. Seit Jahren gehen die Umsätze der Eventbranche gen Himmel, ob Events für Mitarbeiter- und Kundenbindung, Produktpräsentationen, Schulungen und Seminare großer Industrie- und Handelsbetriebe. Neue Technologien erobern den Markt, Digitalisierung 2.0 wird die Generation unserer Kinder bestimmen. Letztlich läuft es in Zeiten der Globalisierung auf ein Rennen zwischen den Marktführern der einzelnen Branchen hinaus. Wer hier nicht auf der Strecke bleiben mag, der muss investieren. Neben Entwicklung und Produktion nicht zuletzt auch in die Vermarktung. Und hier wird insbesondere im Bereich der Live-Kommunikation geworben, die zu einer der wichtigsten Marketinginstrumente geworden ist.

Mit Zahlen belegt das das Meeting- & Eventbarometer von April 2016. 2015 nahmen rund 393 Millionen Teilnehmer an Events teil, im Vergleich zum Vorjahr leicht um 2,6 Prozent gestiegen. Das größte Ausrufezeichen liegt aber auf der Tatsache, dass insbesondere die Zahl der internationalen Veranstaltungsbesucher im Vergleich zum Vorjahr um 8,3 Prozent auf 27,7

Millionen überproportional stieg. 2006 waren es 14,3 Millionen, fast halb so viele. Gleichzeitig bleibt das Angebot an Veranstaltungsorten stabil mit 7.208 Veranstaltungszentren, Tagungshotels und Eventlocations mit jeweils mindestens 100 Sitzplätzen. Ein letzter Punkt aus der Statistik, der auch für die Mainzer Veranstaltungstätten entscheidend ist: 52,1 Prozent aller Veranstaltungen machen Kongresse, Tagungen und Seminare aus.

| Anpassung an den Markt auch in Mainz-Mombach

Neben der städtischen Tochtergesellschaft mainzplus Citymarketing, die die Rheingoldhalle und das Kurfürstliche Schloss sowie den Frankfurter Hof betreiben, ist die Halle 45 der Kapazität und ihren Möglichkeiten nach mit der Rheingoldhalle die wichtigste Eventlocation für die Landeshauptstadt. Mit ihren 5000 m² verfügt sie über beste Voraussetzungen für Großevents, insbesondere weil die Eventfläche durch die Instandsetzung der sechs historischen Kräne flexibel auf die benötigte Fläche angepasst werden kann. Das heißt sie kann auch die von der Teilnehmerzahl kompakteren Anfragen bedienen. Durch die bedeutende Lage innerhalb des Rhein-Main Gebietes darf man in Mainz positiv in die Zukunft blicken, denn Frankfurt am Main ist neben Berlin und München die gefragteste Kongressstadt in Deutschland. Ein weiterer Vorteil der Mombacher Industriehalle ist das Flair des Areals. Aber nur auf den Hang zur Industrieromantik der Veranstalter zu setzen, das wird nicht ausreichen. Die Kunden wünschen in Bezug auf Kosten-Nutzen mehr als nur Flexibilität und Charme. Statistiken sagen, dass die meisten Events in einer Größen-





ordnung von 200 bis 300 Personen liegen und rund 80 Prozent des Eventmarktes ausmachen. Für die Betreiber Ralph Heinrich und Dr. Hanns-Christian von Stockhausen ein Grund das Flächenangebot der Halle 45 stetig weiterzuentwickeln und neue, auch kleinere, Flächen auf dem Areal zu erschließen.

Erste Schritte in Richtung Event- und Businesscenter sind getan: Ab Herbst werden neue Tagungs- und Seminarflächen mit rund 500 m² eigenständig zu mieten sein. „Langfristig ist unsere größte Herausforderung, dass wir alle Raumangebote möglichst heterogen auslasten. Natürlich immer optional als Gesamtlösung für große Eventkonzepte, die die Halle plus ihre angeschlossenen Räume benötigen. Nur so können wir auf dem bundesweiten Veranstaltungsmarkt konkurrenzfähig sein“, führt Ralph Heinrich aus, der sich um die Vermarktung und die operative Umsetzung kümmert.

Im Dunstkreis der bewährten Eventagenturen hat sich außerdem ein weiterer Trend aufgetan: Heute verfügen immer mehr Unternehmen über eine eigene Eventabteilung, die ihre Veranstaltungen ohne zwischengeschaltete Agentur umsetzen. Für die Halle 45 GmbH und ihr inzwischen auf dreizehn Mitarbeiter angewachsenes Team eine weitere große Chance für die Direktvermarktung der HALLE 45. „Wir setzen nicht nur auf die besondere Atmosphäre unserer Halle, sondern auf geballte Erfahrung in unserem Mitarbeiterteam“, so Dr. von Stockhausen.

Mit der 1. KONEKT Rhein-Main veranstaltet die Halle 45 GmbH am 9. November ihre erste eigene Unternehmerrunde. Ein interessantes Konzept, das auf die Heterogenität des Unternehmertums im Rhein-Main Gebiet setzt. Branchenübergreifend und effizient soll die Messe sein. „Wir haben diesen Messeansatz aus unseren eigenen Messerfahrungen entworfen. Es geht nicht nur um die Neukundenakquise und vorsichtiges ‚Wer-bist-du‘ und ‚Was-kannst-du‘, sondern vielmehr um den Faktor neben Kunden auch neue Partner, Subunternehmen und Dienstleister kennenzulernen“, fasst von Stockhausen

den Kern der Messe zusammen. Auf einer einheitlichen Standfläche von 2 x 2 Metern werden sich die Aussteller in vier Stunden Messekernzeit präsentieren, branchenspezifische Thementische und ein ausgewiesener Suche-Biete Bereich werden den Besuchern, wie auch den Ausstellern, die gezielte Kontaktaufnahme erleichtern. Im Anschluss findet ein zweistündiger Messeausklang statt, bei dem dann die Gespräche weitergeführt werden sollen. Neu sein dürfte auch der „Vertrauenspreis“ für die Standgebühr. Unabhängig von Geschäftsumsatz und Mitarbeiterzahl dürfen die Aussteller aus dem drei-gestaffelten Preis wählen, so sollen vom Start Up bis zum Global Player möglichst viele unterschiedliche Firmen angesprochen werden.

| Bange Frage nach der Kultur

Lange stand der Wunsch für die Industrielocation die magische 5000 Personen-Zulassung zu erlangen, sehr weit vorne. „Im Businessplan von 2015 machten Kulturveranstaltungen rund 25 Prozent aus. Die Verzögerung in der notwendigen Zulassung zeigt uns aber, dass wir uns nicht auf ‚Vision 5000‘ versteifen dürfen, wir müssen in erster Linie unsere Wirtschaftlichkeit im Blick haben“, ist Dr. von Stockhausen klar in seiner Aussage. Nachvollziehbar, aber bedauerlich, wenn man bedenkt, welche Bedeutung die Halle 45 mit einem Fassungsvermögen von 5000 Personen hätte.

Das Rhein-Main Gebiet, als eine der am schnellsten wachsenden Regionen in Deutschland, bietet nur eine sehr überschaubare Anzahl an Veranstaltungshallen in dieser Größenordnung. Neben der Frankfurter Festhalle, die mit max. 13.500 Besuchern unangefochten die größte Halle darstellt, können lediglich die Jahrhunderthalle in Frankfurt-Höchst (4800), die Friedensthalle in Offenbach (4000) und die Rheingoldhalle in Mainz (3500) mit ähnlichen Kapazitäten aufwarten. Somit wäre die Halle 45 die zweitgrößte Konzerthalle im Rhein-Main Gebiet. Für die regionale Kulturlandschaft, ganz besonders für die Stadt Mainz, wäre das ein Riesenschritt um nach Frankfurt aufzuschließen, nicht zuletzt aufgrund einiger verlorengegangener



gener Kultur- und Konzertflächen im unmittelbaren Stadtgebiet, wie beispielsweise der Nordmole, die in den letzten Sommersaisons große Künstler in die Region brachte.

Doch heißt das nicht, dass die Halle 45 nicht auch weiter für kulturelle Events, sei es Konzerte, Ausstellungen oder Märkte und Kreativmessen eine Adresse sein wird. Der Schwerpunkt wird sich aber ohne jene Zulassungsanpassung mit Sicherheit auf den B2B-Bereich verlagern. Ob das Land Rheinland-Pfalz oder dessen Landeshauptstadt hier nochmals einlenkt und unterstützend tätig wird, bleibt abzuwarten. „Wir werden immer auch Adresse für Kultur, Menschlichkeit und Freude sein“, sagt Ralph Heinrich, „Hoffentlich dürfen wir irgendwann auch mit 5000 Personen teilen.“

Was die große Lösung angeht - Ein wenig Hoffnung in Zeiten neuer Wohnbauprojekte und Baustellen im Fahrwasser des vom Bund subventionierten „Deine Stadt soll schöner werden“ darf auch gut und gerne bestehen bleiben. Der Stadt Mainz wäre es zu wünschen. Die Mombacher Hallenmacher dürften mit Grönemeyers „Stillstand ist der Tod“ mittlerweile gut Freund geworden sein.

Bildrechte Halle 45, Manuel Meyer & FR Catering

Halle 45 GmbH
Hauptstraße 17-19, 55120 Mainz
Tel: +49 (0) 6131 554 22 90
info@halle45.de, www.halle45.de

