

# STADIONWELT INSIDE

WWW.STADIONWELT.DE

AUSGABE NR. 4/2014 | DEZEMBER 2014



## VIDEOGAMING ALS EVENT

Der E-Sport erreicht  
die Stadien und Arenen

## TICKETING IM PROFISPORT

Status quo und Optionen im  
zeitgemäßen Ticketing

### TEMPORÄRE TRIBÜNEN

Das Stadion im Stadion  
für Sonder-Events

### WLAN

Rechtliche Aspekte  
beim Betrieb in Stadien

### SPORTAMT STUTTART

Kommunale Herausfor-  
derungen und Lösungen

### HOSPITALITY

VIP-Sitze in den  
deutschen Stadien



**E-SPORT IN STADIEN UND ARENEN**

Wachsende Nutzerzahlen, höhere Reichweiten und steigende Umsätze – der weltweite E-Sport boomt und erreicht die Stadien und Arenen.

**PLANUNG & BAU**

- 8 Das neue, spektakuläre Eingangstor nach Perth**  
Die Hauptstadt des Bundesstaates Western Australia ist bald um eine Attraktion reicher: das neue Rugby-Stadion.
- 11 „Ein Spezialist alleine kann so etwas nicht.“**  
Ein Gespräch über die Kapazitätserweiterung der Allianz Arena in München.

**12 Ein weiter Weg zum Standard**  
Italien: Die Spielstätten vieler Serie-A-Vereine entsprechen längst nicht mehr den Anforderungen.

**14 Der Blick geht nach oben**  
Planungsgrundlagen und gestalterische Ansätze für Stadiondächer.

**SPORTSTÄTTENMANAGEMENT**

**20 Noch lange kein altes Eisen**  
Stadionwelt besuchte das Emirates Stadium im Norden Londons und sprach mit dem Betreiber.

**24 Rechtliche Aspekte beim Einsatz von WLAN**  
Ein Gastbeitrag von Fabian Reinholz, Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz bei Härting Rechtsanwälte.

**26 E-Sport: Die digitalen Sportevents erreichen die Stadien und Arenen**  
Der weltweite E-Sport boomt. Ein Aufschwung, der sich auch in der Organisation von größeren Events bemerkbar macht.

**31 „Die Dauervermietung von Logen ist schwierig“**  
Interview mit Paul Keusch, dem Geschäftsführer des KönigPalastes in Krefeld.

**INFRASTRUKTUR / AUSSTATTUNG**

**36 Otkritie Arena Moskau: Multimedia-Infrastruktur aus einer Hand**  
Mit der im September 2014 eingeweihten Otkritie Arena in Moskau bezieht der Club Spartak Moskau erstmals in der Vereinsgeschichte ein eigenes Stadion.

**38 „WiFi als digitale Infrastruktur für Events hat eine große Zukunft!“**  
Interview mit Hans Franzl, Geschäftsführer der brainworks computer technology GmbH, über den WiFi-Einsatz bei Events.

**40 Parkbank und Papierkorb**  
Gedanken zum Stadtmobiliar im Stadion und seinem Umfeld: Schon kleine Verbesserungen können sich positiv auf das Ambiente auswirken.

**42 Energie im Vorübergehen**  
Die Bodenfliesen eines englischen Anbieters generieren elektrischen Strom aus den Schritten von Fußgängern.

**EVENT**

**46 „Die Spitzenposition nachhaltig stärken“**  
Interview mit Matthias Schultze, Geschäftsführer des GCB German Convention Bureau e. V.

**48 Vor großer Kulisse: Stadion im Stadion**  
Tribünen-Aufbauten im Innenraum eröffnen alle Möglichkeiten für spektakuläre Inszenierungen.

**53 Tribünenbau mit F1-Speed**  
Zeit ist Geld bei Events. Mit Tribünen aus der MT-Box wurde die erfolgreiche Probe aufs Exempel gemacht.

**VEREINS- UND VERBANDSMANAGEMENT**

**58 Europas Hockey-Elite mit neuem Anlauf**  
Im August startete die CHL in ihre Premiersaison. Fans, Clubs, Funktionäre und Sponsoren knüpfen an den europäischen Eishockey-Clubwettbewerb große Erwartungen.

**59 Zuschauer-Top 100 – die Vereine und ihre Fans**  
Die Tabelle der Zuschauer-Top 100 mit den Clubs der deutschen Mannschaftssport-Ligen.

**60 Profisport und Beihilfenrecht: Die Einschläge kommen näher!**  
Ein Gastbeitrag von Rechtsanwalt Prof. Dr. Robin van der Hout, Brüssel.

**64 Unterm Strich: Umsätze der Clubs**  
Ein Blick auf die Umsätze deutscher und europäischer Vereine.

**65 Steigerung der Personalkosten im Profisport**  
Mit Blick auf die Gesamt-Aufwendungen von Proficlubs nehmen die Personalkosten einen großen Teil ein.

**SPONSORING**

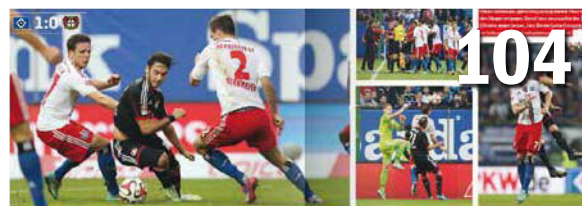
**68 „Sponsoringausgaben sukzessive erhöht“**  
Im Interview: Christian Gruber, Geschäftsführer von Tipico Deutschland.

**70 Innovative Aktivierungen im Jahr 2014**  
Auswahl einer Jury aus Fachleuten des ESB Marketing Netzwerks sowie von MEC Access und akzio!



### IM PORTRÄT: EMIRATES STADIUM

Stadionwelt war vor Ort und hat das Stadion im Norden Londons unter die Lupe genommen und mit dem Betreiber gesprochen.



### STADIONMAGAZINE: 1. UND 2. BUNDESLIGA

Überblick der Auflagen, Preise und Seiten-Umfänge der Stadion-Magazine im Profifußball.



### TICKETING IM PROFISPORT

Zum Status Quo im Ticketing und den wichtigsten Faktoren bei der Auswahl und Implementierung der entsprechenden Infrastruktur.



### STUTT GART – SPORTSTADT MIT TRADITION

Die Herausforderungen für die Stadt Stuttgart in den Bereichen der Sportförderung und Sportstätteninfrastruktur.

#### MERCHANDISING

##### 74 Fußball-Merchandising mit neuem Rekord-Absatz

Vorschau auf das im Januar 2015 erscheinende 17. Fanartikel-Barometer von PR MARKETING.

##### 76 „Hochpreisige Artikel gehen zu Weihnachten besser!“

Interview mit Tobias Naumann, Leiter Merchandising bei der Eintracht Frankfurt AG.

#### VIP/HOSPITALITY

##### 80 Loge mit Wohlfühlfaktor

Die Loge von pentahotels beim FSV Mainz 05

##### 82 Die angenehme Qual der Wahl

Aktuelle Business- und VIP-Sitze im Überblick: Nicht nur gestalterische Aspekte spielen eine Rolle.

#### CATERING

##### 88 Wo es um die Wurst geht

In unterschiedlichen Stadien greifen unterschiedliche Konzepte für die Anordnung der Kioske.

##### 91 Übersicht: Die Bierpartner in deutschen Fußballstadien

Zahlreiche Brauereien sichern sich die Ausschankrechte in den deutschen Stadien. Stadionwelt bietet den Überblick.

#### TICKETING

##### 94 Die neue Generation der Ticket-Zweitmärkte

Nach dem Scheitern der bisherigen Modelle arbeiten Clubs und DFL nun enger zusammen.

##### 96 Alte Pfade ausbauen oder neue Wege gehen?

Prof. Dr. Dirk Mazurkiewicz vom RheinAhrCampus Remagen über zeitgemäßes Ticketing im Profisport.

##### 99 Ticket-Versandgebühren im deutschen Profisport

Ein Blick auf die Preise für Postversand, print@Home und die Hinterlegung von Tickets im deutschen Profisport.

#### MEDIEN/KOMMUNIKATION

##### 102 Social Media in den deutschen Profiligen

Die aktuellen Zahlen aus Fußball, Basketball, Eishockey und Handball.

##### 104 Stadionmagazine: 1. und 2. Bundesliga im Überblick

Stadionmagazine kennt jeder. Ihre Zukunft scheint allerdings ungewiss. Eine Bestandsaufnahme.

#### SICHERHEIT

##### 110 Hinrunde: Die Derbys im Vergleich

Eine Auswahl von Fußball-Derbys mit Vergleichen der Sicherheitsmaßnahmen und Vorfälle.#

##### 107 „Vereine beteiligen sich an Polizeikosten!“

Interview mit Dominique Huber, dem Sicherheitsverantwortlichen der Swiss Football League.

#### SPORT KOMMUNAL

##### 114 Olympia: Wie Sportgroßereignisse einer nachhaltigen Stadtentwicklung dienen

Sportliche Großereignisse werden im Jahr 2050 anders aussehen als heute.

##### 116 Reform der EU-Sportförderung – Durchbruch oder Stillstand?

Die überarbeitete Fassung der AGVO trat am im Juli in Kraft.

##### 120 Stuttgart – Sportstadt mit Tradition

Die Sportstätteninfrastruktur der „European Capital of Sport“ von 2007.

##### 124 „Wir sind ein moderner Dienstleister für Vereine und Bevölkerung!“

Interview mit Günther Kuhnigk, Leiter Amt für Sport und Bewegung der Landeshauptstadt Stuttgart.

54 Termine

62 Personality-News

127 Branchen-Guide

132 Das Stadionwelt-Netzwerk

134 Ausblick/Impressum

# „WiFi als digitale Infrastruktur für Events hat eine große Zukunft!“

Interview mit Hans Franzl, Geschäftsführer der brainworks computer technologie GmbH, über den Einsatz von WiFi bei Events. Darin äußert er sich unter anderem über die bisherigen Erfahrungen und den Mehrwert für Veranstalter und Betreiber.



Hans Franzl

**Stadionwelt:** Sie bieten High-Performance-WLAN für Events an. Was verstehen Sie darunter?

**Franzl:** High-Performance-WLAN bedeutet, dass wir von unserem Lieferanten Xirrus WLAN-Systeme einsetzen, die an einem Installationspunkt bis zu 16 WiFi-Funkzellen zur Verfügung stellen. Dabei befindet sich bereits ein Controller mit in dem System, der nicht nur das Management der Funkzellen übernimmt, sondern auch Paketkontrolle und Paketfluss überwacht, so dass unwichtige Anwendungen weniger oder keine Bandbreite bekommen und wichtige Anwendungen (lokale digitale Entertainment Daten, Second-Screen Angebote) bevorzugt werden. Bei hoher Benutzerdichte ist das extrem wichtig, um effizient die begrenzten Ressourcen auszunutzen. Das heißt wir können im Eventumfeld innerhalb kürzester Zeit ein WiFi-Setup schaffen mit dem mehrere tausend Benutzer arbeiten können. Bei dauerhaften Festinstallationen nutzen wir die gleichen Komponenten an Bestandstraversensysteme, Dachträger und Haltepunkte von denen wir 15 und 30 Grad-Antennen auf die Zuschauerbereiche richten.

**Stadionwelt:** Sie waren bereits bei zahlreichen renommierten Events im Einsatz. Welche Erfahrungen haben Sie bisher gemacht?

**Franzl:** Wir haben inzwischen mehrere Events mit 3.500 bis 20.000 Besuchern durchgeführt. Dabei haben wir folgende Faktoren für die Nutzung festgestellt: Bei einem Pop-Konzert für die Zielgruppe 12 bis 35 Jahre sind Selfies posten bei Instagram oder Facebook der Renner, bei der gleichen Altersgruppe von Gamern hat das bei Weitem keine so große Bedeutung, die Nutzung ist überraschenderweise geringer. Besonders wichtig ist das Hinweisen auf das WiFi-Service-Angebot, Ansagen eines Moderators sind optimal, Social-Video-Walls funktionieren sehr gut, aber auch einfache Banner beleben die WiFi-Nutzung. Ist das WiFi-Angebot und die Kommunikation mit den Besuchern optimal gestaltet, dann steigen die Nutzung und die verbrauchte Bandbreite sehr schnell. Ein Voting mit einer Verlosung kombiniert bringt mindestens 20 Prozent zusätzliche Nutzer ins WiFi-Netz.

**Stadionwelt:** Wie sehen Sie die Zukunft des WiFi-Angebots bei Events?

**Franzl:** Wir sind der Meinung, dass WiFi als digitale Infrastruktur für Events eine große Zukunft hat, da die Virtualisierung und Mobilisierung der Gesellschaft ganz neue Optionen auch im Eventbereich bringen wird. eSports und die ESL (Electronic Sports League) zeigen das genauso wie die Formel E, bei der das letzte Rennen nur noch virtuell stattfindet. Der Schritt zu einem virtuellen Fußballspiel in einem Stadion bei dem die Zuschauer die Avatare der Mannschaft steuern ist nicht mehr undenkbar. Dabei wird die Wireless Infrastruktur eine wichtige Rolle spielen. ♦

## „WLAN IST EINE OPTIMALE ERGÄNZUNG“

**Stadionwelt:** Welchen Mehrwert für Veranstalter und Betreiber bietet ein High-Performance-WLAN-Zugang?

**Franzl:** WLAN ist eine optimale Ergänzung als Internet-Verbindung jenseits von Mobilfunk-Angeboten und erhöht damit die Verfügbarkeit von Internet, Gaming und Social-Media-Plattformen. Den lokalen Zugang zur virtuellen Welt schätzt die Generation Smartphone. Zwischen 10 Prozent und 40 Prozent der Besucher nutzen das WLAN und da WLAN in der Hand des Veranstalters oder Betreibers ist, hat er auch den Zuschauer unmittelbar an der Hand. Ein gezieltes Abholen der Zuschauer mit digitalen Angeboten wird wesentlich vereinfacht. Von der tieferen nachhaltigen Bindung des Zuschauers zu

einem Event bis zum direkten Umsatz in einem Merchandising-Shop ist alles perfekt realisierbar. Darüber hinaus können anonymisierte Besucheranalysensysteme genutzt werden, die sehr gute Zahlen über Besucherverlauf der Veranstaltung, Aufenthaltsdauer oder auch Besucherbewegungsinformationen geben können.

**Stadionwelt:** Wie sehen Sie die Zukunft des WiFi-Angebots bei Events?

**Franzl:** Wir sind der Meinung, dass WiFi als digitale Infrastruktur für Events eine große Zukunft hat, da die Virtualisierung und Mobilisierung der Gesellschaft ganz neue Optionen auch im Eventbereich bringen wird. eSports und die ESL (Electronic Sports League) zeigen das genauso wie die Formel E, bei der das letzte Rennen nur noch virtuell stattfindet. Der Schritt zu einem virtuellen Fußballspiel in einem Stadion bei dem die Zuschauer die Avatare der Mannschaft steuern ist nicht mehr undenkbar. Dabei wird die Wireless Infrastruktur eine wichtige Rolle spielen. ♦

**brainworks**  
COMPUTER TECHNOLOGIE GMBH

**brainworks computer technologie GmbH**  
Paul-Heysel-Str. 28  
D-80336 München  
Tel.: +49 89 326764-0  
Fax: +49 89 326764-44  
E-Mail: [order@brainworks.de](mailto:order@brainworks.de)  
Internet: [www.brainworks.de](http://www.brainworks.de)