



Schon seit 20 Jahren ist der Rock'n'Roll Weekender in Walldorf ein Muss für die Rockabilly-Szene.

FOTO: AGNESZKA DORN

FIRST IN – LAST OUT

Die Eventbranche in der Krise

Messe- und Konzertveranstalter, Veranstaltungslocations, Caterer, Künstleragenturen oder Weddingplanner – die Eventbranche ist breit aufgestellt und bietet zehntausenden Menschen einen Arbeitsplatz. Der Lockdown hat die Unternehmen hart getroffen. Viele Firmen kämpfen um ihre Existenz.

VON ULLA CRAMER

Er ist ein Highlight der Szene: der Rock'n'Roll Weekender in Walldorf. Rund 3.000 Fans der 1950er Jahre kommen seit 20 Jahren über Pfingsten in den Süden des Rhein-Neckar-Kreises, genießen die Auftritte von bekannten Rockabilly-Musikern aus der ganzen Welt, schwingen das Tanzbein vor der Seebühne und flanieren in Hawaiihemden und Petticoats an den zahlreichen Ständen mit Schallplatten, Mode und Möbeln aus der Zeit von Bill Haley und Elvis Presley vorbei.

„Auch für dieses Jahr hatten wir die Vorbereitungen fast beendet, viele Tickets verkauft, Flüge für die Bands gebucht und rund 350 Hotelzimmer reserviert“, berichtet Veranstalter Andy Widder. „Bis zum Schluss haben wir gehofft – doch



Veranstalter des erfolgreichen Events Weekender ist Andy Widder (Mitte).

FIRMENFOTO

dann kam das offizielle Aus für Großveranstaltungen und wir mussten unseren Rock'n'Roll Weekender absagen.“ Keine Kompensation für die geleistete Arbeit sowie die Investitions- und Betriebskosten der vergangenen zwölf Monate – und auch eine Rückerstattung der bereits geleisteten Gagen steht in den Sternen, befürchtet der Dielheimer Unternehmer, der als begeisterter Rock'n'Roller nicht nur mit seinem ganzen Herzblut an diesem Event hängt: Auch wirtschaftlich ist das Festival für ihn von großer Bedeutung.

Seit rund 30 Jahren ist der 52-Jährige selbstständig, hat 1990 seinen Online-Shop Rocking' Rollin' Products für Schallplatten, CDs, T-Shirts und andere Accessoires, 1992 das Plattenlabel Part Records und 1993 einen eigenen Musikverlag gegründet, in dem er vor allem Lizenzen und Urheberrechte verwaltet. „Unser Rock'n'Roll Weekender ist für uns wie ein ‚Tag der offenen Tür‘ oder eine Messe und trägt ganz wesentlich zu unserer Wahrnehmung in unserer Community bei“, erklärt Widder die Bedeutung der Veranstaltung für sein Unternehmen. „Rund die Hälfte der Umsätze in unserem Online-Shop generieren wir direkt oder indirekt in den folgenden Monaten aus diesem Event. Geld, mit dem wir vor allem unser vierköpfiges Team bezahlen, von

dem sich die Hälfte praktisch ausschließlich mit dem Thema befasst – über das gesamte Jahr.“

Kurzarbeit und die Soforthilfe für kleine Firmen waren ein erster Ausweg, doch Widder braucht mehr Liquidität, um die Tickets zurückzuerstatten – Geld, das bereits geflossen, aber auch ausgegeben ist. Dafür hat er einen KfW-Kredit aufgenommen und hofft, dass die meisten Besucher ihre Tickets nicht zurückgeben, sondern für das nächste Jahr behalten. „Bis jetzt mussten wir nur rund 20 Prozent der Eintrittsgelder zurücküberweisen, das hilft sehr“, erklärt der Rockabilly-Fan, der seine Passion vom Vater erbt, der in einer eigenen Band spielte.

Trotz der eigenen Probleme denkt Widder auch an seine Musiker. Pfingsten hat er ein Live-Programm per Streaming für die Künstler organisiert, die normalerweise in Walldorf dabei gewesen wären – mit der Bitte um Spenden. Außerdem ist mithilfe eines Crowdfundings eine CD geplant, die zumindest akustisch für das ausgefallene Festival entschädigen soll. Der Erlös fließt an die Bands, die auf ihren Auftritt verzichten mussten.

„Alle Kolleginnen und Kollegen der Veranstaltungsbranche haben in den zurückliegenden Wochen einen großartigen Job dabei gemacht, ihren Unternehmen ▶

Die Halle02 ist ein beliebter Liveclub. Geschäftsführer Felix Grädler leitet die Location in der Heidelberger Bahnstadt.



FIRMENFOTO

durch persönlich und unternehmerisch sehr harte Maßnahmen überhaupt einen gewissen Überlebenshorizont zu verschaffen“, so Jörn Huber, Vorstandsvorsitzender des Branchenverbands FAMAB und Gründer und Geschäftsführer der Heidelberger Kommunikationsagentur Ottomisu. „Doch die bisherigen Unterstützungsangebote sichern nicht die Existenz dieses Wirtschaftszweigs, da fast allen Unternehmen die Ge-

schäftsgrundlage entzogen wurde.“ Dies sei besonders gravierend, da man auch nach einer weiteren Lockerung noch mit einem zusätzlichen, monatelangen Stillstand der Branche rechnen muss. Denn um Großveranstaltungen durchzuführen, bedarf es mehrmonatiger Vorbereitungen, die erst ab einem verlässlichen Planungshorizont beginnen können. „Daher werden die erzwungenen Betriebsstilllegungen nicht nur bis

zum 31. August andauern, sondern weit darüber hinaus – derzeit müssen wir mit einem ‚Shutdown‘ der Branche von acht bis zehn Monaten rechnen“, betont Huber. Sein Verband fordert deshalb, Kredite ohne Bedingungen vollständig von staatlicher Seite abzusichern und mit einer deutlich längeren Laufzeit, einer längeren anfänglichen Tilgungsaussetzung und der Möglichkeit zu späteren Teilerlassen auszustatten. Auf der Liste der Handlungsempfehlungen stehen außerdem mehrjährige Verlustrückträge, Fixkostenzuschüsse in besonders schwierigen Fällen, die Öffnung der Kurzarbeit beim Einsatz der Mitarbeiter u. a. für Innovations- und Umweltprojekte sowie ein Programm für Unternehmensanleihen als zusätzliche Finanzierungsmöglichkeit.

Kommunikation bleibt wichtig

„Für unsere Branche gilt ‚first in, last out‘“, weiß Huber. „Ich befürchte ein Massensterben auch zahlreicher gesunder Unternehmen, wenn die Politik hier nicht Perspektiven schafft – jeden Monat verbrennen sehr viele derzeit einen Jahresgewinn.“ Auch in seinem eigenen Unternehmen, das im Bereich Live-Kommunikation einen deutlichen Schwerpunkt hat, schickte Huber mehrere Mitarbeiter in Kurzarbeit, hat aber im Bereich der Digitalisierung rechtzeitig schon vor drei Jahren ein zweites Standbein aufgebaut. „Derzeit ‚übersetzen‘ wir zahlreiche Events in den digitalen Raum – mithilfe der entsprechenden Technologien“, so der Agenturfchef. „Das ist nicht einfach eins zu eins möglich, aber wir passen Rahmen, Themen und Inhalte der Veranstaltung optimal auf die neuen Umstände und das Nutzerverhalten digitaler Gäste an. Denn Unternehmen und Marken dürfen sich jetzt nicht verstecken oder einigeln. Gerade jetzt müssen sie in die Beziehungen zu ihren Märkten investieren. Marketing und Kommunikation kommt in diesen Tagen eine ganz besondere Bedeutung zu. Da sind wir mit unserer Agentur Ottomisu noch in einer etwas besseren Situation. Zahlreiche Unternehmen wie Caterer, Möbelvermieter, Künstler oder Messebauunternehmen haben nicht die Möglichkeit, auf ein anderes Geschäftsmodell auszuweichen.“ Und auch den Betreibern von Clubs fehlt diese Option. „Unsere Liveclubs existieren nur zu einem einzigen Zweck: Menschen zusammenzubringen. Und das ist in einer

Die SDL Sicherheitsdienste Lieblang sorgen nun auch im Quartier Q 6 Q 7 für die Überwachung der Abstands- und Hygienevorschriften.



FIRMENFOTO

Pandemie genau das, was nicht passieren darf“, so Felix Grädler, Geschäftsführer der Halle02 in der Heidelberger Bahnstadt. „Tanzen, Schwitzen, tropfender Schweiß von der Decke: Ein guter Abend in einem Club ist nichts anderes als intendierte Tröpfcheninfektion und damit der natürliche Feind einer zielführenden Pandemiebekämpfung.“ Mitte Mai hat Grädler gemeinsam mit den 30 größten privatwirtschaftlich

organisierten Liveclubs, darunter auch das Capitol in Mannheim, in einem Appell an die Politik die Empfehlungen der FAMAB unterstützt und um die Forderung nach einem ermäßigten Mehrwertsteuersatz bspw. auf Getränke/Essen bei Konzerten sowie Zuschüsse für nachhaltige Investitionen ergänzt. „Wir sind Kulturbetriebe, die aufgrund der minimalen Umsatztrendite keine Rücklagen erwirtschaften konnten“, so

Grädler. „Trotzdem wollen wir unsere gesellschaftliche Aufgabe, Livekultur bereitzustellen, auch weiterhin übernehmen, denn niemand will sich eine Welt ohne Konzerte vorstellen.“

Die 30 Festangestellten unter seinen rund 120 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern hat Grädler bereits in Kurzarbeit geschickt und das Soforthilfeprogramm in Anspruch genommen. Vor der Aufnahme eines KfW- ▶

„Unser gesamtes Geschäftsmodell ist derzeit obsolet“

Die Corona-Krise trifft auch die SAP Arena mit voller Wucht. Im Interview mit dem IHK-Magazin schildert Geschäftsführer Daniel Hopp die Lage der größten Veranstaltungshalle der Region.



FOTO: SAP ARENA/SÖRBI BINGER

Steuert die SAP Arena durch die Krise: Daniel Hopp

Wie viele Veranstaltungen mussten in der SAP Arena bisher abgesagt werden?

Daniel Hopp: Das Heimspiel Adler Mannheim vs. Schwenninger Wild Wings am 8. März 2020 war das letzte durchgeführte Event vor dem offiziellen Verbot von Großveranstaltungen. In dessen Folge mussten bis Ende August in enger Abstimmung mit den Veranstaltern 20 Konzerte/Shows, fünf Spiele der Handball-Bundesliga, alle Playoff-Spiele der Adler, ein Eishockey-Länderspiel und einige Corporate Events/Messen abgesagt beziehungsweise verlegt werden – in Summe fast 40 Events.

Wie sehen Ihre aktuellen Planungen aus?

Hopp: Das offizielle Verbot von Großveranstaltungen gilt bis 31. August – das ist erst einmal die Faktenlage. So sehr wir natürlich hoffen, dass wir unseren Betrieb zum 1. September wieder uneingeschränkt aufnehmen können, so sehr sind wir uns gleichzeitig der Tatsache bewusst, dass wir auch in der Folgezeit mit vielen Einschränkungen rechnen werden müssen. Wir sind jedoch guter Dinge, dass wir ca. 75 Prozent der abgesagten Konzerte und Shows nachholen können, und stehen mit den Veranstaltern und Partnern in täglichem Austausch, um

möglichst zeitnah Ersatztermine für diese Events zu finden. Die abgesagten Spiele unserer Hometeams sind leider unwiederbringlich verloren.

Wie gehen Sie mit der derzeitigen Situation um?

Hopp: Der wirtschaftliche Schaden in unserer Branche ist enorm – wir sehen bis jetzt bereits einen Schaden im siebenstelligen Bereich. Wir beschäftigen uns mit KfW-Krediten und haben Kurzarbeit eingeführt. Von unserem Hauptsponsor SAP werden wir über das umfangreiche Sponsoring hinaus nicht zusätzlich unterstützt, dies kann aber auch niemand erwarten. Jeder hat letztlich die Verantwortung für sein Unternehmen zu tragen. Kurzarbeit wird bei uns sicherlich so lange ein Thema sein, bis wir ein konkretes Datum für die Wiedereröffnung kennen.

Wie reagieren Ihre Partner aus der Wirtschaft bei der Buchung von Logen, im

Business Club oder bei der Schaltung von Werbung auf die aktuelle Lage? Gibt es Rückforderungen, nachdem nun keine Veranstaltungen mehr stattfinden?

Hopp: Das volle Ausmaß der gesamtwirtschaftlichen Folgen der Pandemie wird sich wohl erst in ein paar Monaten zeigen. Wir haben glücklicherweise sehr treue und faire Partner an unserer Seite, die uns hoffentlich auch in Zukunft die Treue halten werden.

Welche Bedeutung hat dieser Sponsoren- und Partnerbereich bei der Finanzierung der SAP Arena generell in Relation zu den Eintrittsgeldern?

Hopp: Eine Multifunktionsarena lebt von der Durchführung von Veranstaltungen, die mit dem Kauf von Eintrittskarten und dem Konsum vor Ort einhergeht. Hat man viele Besucher, ist man als Veranstaltungsstätte auch für Partner und Sponsoren interessant, weil man eine reichweitenstarke Plattform anbieten kann. Im Moment fällt all das weg. Damit ist unser gesamtes Geschäftsmodell derzeit obsolet.

Planen Sie vielleicht besondere Anreize für die kommende Saison, nachdem die Situation auch für Ihre Partner aus der Wirtschaft sicher schwierig ist?

Hopp: Ich glaube, dass die Veranstaltungsbranche wie viele andere Branchen sehr stark von dem Lockdown betroffen ist. Eigentlich braucht es Anreize, um unserer Branche zu helfen, damit die Veranstaltungsstätten und die vielen Dienstleister sowie Einzelunternehmer, die in unserer Branche aktiv sind, eine wirtschaftliche Zukunft haben.

Die Fragen stellte Ulla Cramer.

Kreditschreckt er allerdings noch zurück. „Das können wir niemals zurückzahlen“, weiß er. Derzeit schulert die Halle02 Fixkosten von 30.000 bis 40.000 Euro im Monat – und blickt trotz Unterstützung der Club-Fans durch den Kauf von selbstgenähten Masken oder Spenden über den Ticket-Kauf für die bisher noch fiktive SoliParty des Jahrhunderts eher in eine ungewisse Zukunft. „Bei den aktuellen Vorgaben der Länder und des Bundes sind selbst bei einer Öffnung unsere Veranstaltungen wirtschaftlich nicht tragfähig – unabhängig davon, dass ein Club- oder ein Konzertbesuch auf Abstand wohl kaum auf Begeisterung stoßen wird. Wenn wir unsere Betriebe aufrechterhalten wollen, geht das nur über die Unterstützung der Politik“, ist der Clubchef überzeugt.

Probleme mit Abstandsvorschriften

Die Abstandsvorschriften bereiten auch Bastian Fiedler Kopfzerbrechen. „Wenn wir die Abstände von 1,50 Metern in unseren Sälen im Congress Center Rosengarten nach vier Seiten einhalten, können wir nur etwa ein Drittel unserer Plätze besetzen“, weiß der Geschäftsführer der m:con – mannheim:congress GmbH. „Das ist wirtschaftlich auf Dauer nicht darzustellen.“ Und während es bei Konzerten vielleicht noch möglich sei, Abstände zu kontrollieren, sei dies beispielsweise bei Kongressen und Tagungen und den begleitenden Ausstellungen eine große Herausforderung. Hoffnung macht Fiedler ein Treffen von



Mit den Corona Concerts sorgt der Buchener Veranstaltungsspezialist Blackout-Eventmanagement & more für gute Stimmung in schwierigen Zeiten.

Vertreterinnen und Vertretern der Messe- und Veranstaltungsbranche mit der baden-württembergischen Wirtschaftsministerin Nicole Hoffmeister-Kraut am 13. Mai, an dem auch er teilnahm. „Hier wurde uns bei der Vorlage verantwortbarer Konzepte die baldige Öffnung von Messen und Veranstaltungen in Aussicht gestellt“, so Fiedler. „Bis zum Ende unserer offiziellen Schließung am 15. Juni werden wir ein solches Konzept vorlegen, das neben Hygieneregeln und dem Tragen von Masken auch auf die Dokumentation und die Nachverfolgung der Besucher setzt.“ Für die bereits

angekündigten Akademiekonzerte im Herbst werde ebenfalls nach Lösungen gesucht, beispielsweise durch eine Verdopplung der Aufführungen und die Übertragung über Streaming-Dienste, um möglichst vielen Konzertliebhabern den Musikgenuss zu ermöglichen. Diesen Service bietet der Rosengarten in Kooperation mit Spezialanbietern bereits jetzt verstärkt an und hat ihn beispielsweise bei der virtuellen Hauptversammlung des Schmierstoffherstellers Fuchs Petrolub SE am 5. Mai 2020 auch schon erfolgreich eingesetzt.

Unter dem Strich geht Fiedler jedoch davon aus, dass bis Ende August das Congress Center Rosengarten weitgehend geschlossen bleibt. „Wir nutzen diese Zeit dazu, die Sanierung unserer Brandschutzanlagen zügig durchzuführen. Parallel arbeiten wir eng mit dem Autokino-Konzept ‚Carstival‘ auf dem Maimarktgelände zusammen und bieten Veranstaltungen, die in dieser Zeit ein Event im Rosengarten planen, diese Option als Ausweichbühne an.“ Besonders dankbar ist der Rosengarten-Chef in Corona-Zeiten, dass die m:con als städtische Gesellschaft auf die finanzielle Unterstützung der Stadt Mannheim bauen kann. „Dass sich unsere Erfolge der letzten Jahre jetzt als Schwachpunkt erweisen, das hätte ich mir niemals träumen lassen“, so Fiedler. „Denn je höher die früheren Umsätze, umso größer sind nun unsere Einbußen.“

Die Schließung von Rosengarten, SAP Arena und Hockenheimring hat auch viele



Noch bis Ende August wird das Congress Center Rosengarten in Mannheim aller Voraussicht nach geschlossen sein.



Michael Mack, Chef der Heidelberger Brauerei, startet mit einem neuen Marktauftritt in die Nach-Corona-Zeit.

Dienstleister wie Frank Gilpert, Geschäftsführer der SDL Sicherheitsdienste Lieb-lang, vor extrem große Herausforderungen gestellt. 45 Prozent der Umsätze macht das Unternehmen mit Events. 400 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beschäftigt der Securitydienst der Lieb-lang-Gruppe in diesem Bereich, 15 Prozent davon in Voll- und Teilzeit. „Gerade Beschäftigte aus diesem Niedriglohnbereich in Kurzarbeit zu schicken, ist eine ganz schwere Entscheidung“, weiß Gilpert und brachte das Konzept Sicherheit+ auf den Weg. „Kunden wie das Universitätsklinikum Mannheim oder die Einkaufsmall Q 6 Q 7 brauchen Sicherheitskräfte, die die Einhaltung der Corona-Vorschriften überwachen. Hier sind wir auf eine Marktnische gestoßen und konnten zumindest unsere Voll- und Teilzeitkräfte relativ schnell wieder in Arbeit bringen. Ihre Erfahrung bei der Betreuung von Großveranstaltungen hilft ihnen, Situationen zu

deeskalieren, und die Expertise der Lieb-lang-Gruppe im Reinigungsbereich half bei der Schulung rund um das Thema Hygiene.“ Die Unterstützung aus der Gruppe kommt Gilpert im Übrigen nicht nur bei der Schulung der Sicherheitskräfte seines Unternehmens entgegen. „In der aktuellen Situation hat uns das breit aufgestellte Portfolio von Lieb-lang ganz klar gerettet“, ist er sich sicher.

Neues Geschäftsmodell

Auch Manfred Schwing und seine Firma Blackout-Eventmanagement & more aus Buchen haben mit Krankenhäusern eine völlig neue Kundengruppe erschlossen. „Wir stellen Sicherheitskräfte zur Verfügung, errichten Zelte, installieren Personensysteme und Lichttechnik“, berichtet der Unternehmenschef über das neue Geschäftsmodell, das in einem gemeinsamen Brainstorming seines Teams entstand. „Als

das Thema Corona an Fahrt aufnahm, begleiteten wir gerade drei Tournée“, erinnert sich Schwing, der seine Firma 2008 mit 23 Jahren gründete und dabei vor allem eines im Auge hatte: verrückte Events für seine Kunden, an die sich diese noch lange Jahre erinnern sollten. „Morgens bauten wir die Bühnen auf, nachmittags wurde alles getestet, abends war das Konzert und danach fielen wir todmüde in unseren Bus, um zur nächsten Location zu fahren – da ging die aufkommende Pandemie völlig an uns vorbei, bis es an einem Samstag im März hieß, dies war die letzte Veranstaltung. Am Montag saß unsere 21-köpfige Mannschaft dann in unseren Büros und wir diskutierten stundenlang, bis sich eine Idee entwickelte. Da wir unser Equipment aktuell ohnehin nicht einsetzen konnten, wollten wir es Hilfsorganisationen wie dem Deutschen Roten Kreuz oder dem THW zur Verfügung stellen“, erinnert sich der Odenwälder, der schon mit 16 Jahren sein erstes Unternehmen für Veranstaltungstechnik gründete und mit 18 Jahren sein erstes Konzert an Silvester in der Buchener Stadthalle organisierte. „Wir stellten einen Post ins Netz, der nach 24 Stunden bereits 700.000 Menschen erreicht hatte – und ab dann war es mit der Ruhe vorbei.“ Und: Über das kostenlose Angebot hinaus verdient Blackout-Eventmanagement mit seinem Service für Krankenhäuser an 13 Standorten auch gutes Geld.

Doch sein eigentliches Geschäft hat Schwing dabei nicht aus dem Auge verloren. „Nachdem die Existenz unserer Firma gesichert war, wollte ich unbedingt gewährleisten, dass unsere drei Auszubildenden etwas lernten“, lächelt der Hardrock-Fan. „Und so entstand gemeinsam mit drei befreundeten Partnern die Firma Corona Concerts, eine virtuelle Location, in der Bands und Künstler unter professionellen Be- ▶

Daten und Fakten

● Als Kongress- und Tagungsdestination steht Deutschland in Europa an der Spitze. 2019 erreichte die Branche ein Allzeithoch – mit 423 Millionen Besuchern von knapp 2,9 Millionen Events in den 7.472 Veranstaltungsstätten. Bis zum 30. März wurden bereits mehr als die Hälfte der geplanten Veranstaltungen abgesagt, rund ein Drittel verschoben.

● Bis zum 12. Mai wurden beim Soforthilfeprogramm in Baden-Württemberg rund 10.500 Anträge aus dem Kultur- und Kreativbereich gestellt und 75 Millionen Euro ausgezahlt. Freiberufliche Künstler und Soloselbstständige können auch pauschalierte Kosten des privaten Lebensunterhalts in Höhe von 1.180 Euro pro Monat geltend machen. Ein branchenoffenes Nachfolgeprogramm soll auf den Weg gebracht werden.

● Der Bund stellt für die Wiedereröffnung von Kultureinrichtungen wie Museen, Theater und Kinos 20 Millionen Euro im Programm „Neustart“ zur Verfügung.

● Trotz Corona-Krise freut sich der Studiengang Messe-, Kongress- und Eventmanagement an der DHBW Mannheim mit insgesamt 180 Studienplätzen über zahlreiche Anmeldungen – denn es gibt auch eine Zeit nach Corona.

dingungen mitreißende Live-Shows spielen, welche wir live streamen. Ein Viertel der Einnahmen geht an diejenigen, die unsere Unterstützung besonders brauchen: soziale Institutionen, Einrichtungen, Pfleger, Helfer, Ärzte, Rettungskräfte, Schutzbedürftige aller Art, Kinder und Kranke.“ Die Resonanz ist gut – sowohl bei Nutzern als auch bei den auftretenden Künstlern wie „Disbelief“, „King Kong Deoroller“ oder „Delta Rock.“

Peter Schmitt ist ebenfalls häufig auf Konzerten unterwegs. „Mein wichtigster Kunde ist Cosmopop, eine Mannheimer

Agentur, die jedes Jahr auf dem Maimarktgelände das Techno-Festival Time Warp veranstaltet – mit rund 20.000 Besuchern, eine gigantische Sache“, berichtet der Eventspezialist, der lange Jahre das Veranstaltungsmanagement bei HM InterDrink verantwortete, bis 2007 Konzessionär für die Marke Coca-Cola, 2010 machte er sich mit seiner Firma Panther Services in Schriesheim selbstständig und spezialisierte sich auf Großveranstaltungen. „Allein beim Time Warp-Festival müssen über 16 Bars aufgebaut und betreut werden“, beschreibt er die Anforderungen solcher

Events. „Ich Sorge gemeinsam mit anderen Dienstleistern für die Getränke, die ich dorthin ebenso liefere wie das entsprechende Equipment.“ Gefragt ist jedoch auch das Know-how des alten Hasen im Eventmanagement-Geschäft, z. B. beim Engelhorn-Gourmet-Festival, bei dem sich 20 Spitzenköche auf einem kulinarischen Laufsteg präsentieren – und das aktuell für den 11. Oktober terminiert ist.

Ein kleiner Lichtblick für Schmitt, für den diese Saison die schwärzeste ist, die er je erlebt hat. „Unser Geschäft läuft von Ende März bis zum Herbst und die Ein-

nahmen müssen auch unsere Winterpause mitfinanzieren“, berichtet er. Die Soforthilfe mit einem Zuschuss von 9.000 Euro hat er umgehend erhalten. „Doch das ist nur ein Tropfen auf den heißen Stein“, blickt er schweren Herzens in die Zukunft. „Und wenn ich einen KfW-Kredit aufnehme, verlagert das – ehrlich gesagt – nur die Insolvenz um einige Zeit nach hinten. Retten können uns jetzt nur weitere nicht rückzahlbare Hilfen vom Staat und vor allem neue und schnelle Aufträge.“

Auf einem eigenen Event im Dezember 2019 im Stift Sunnisheim wurde es prä-

sentiert: das extra für die Sinsheimer Heilmattage im Mai 2020 von der Heidelberger Brauerei gebräute Bier mit dem Namen „Sinsemer 2020 Helles“. Als süffig, würzig, prickelnd, angenehm und nicht bitter beschrieb Brauerei-Chef Michael Mack damals die neue Kreation, die auf allgemeine Begeisterung stieß. Doch zum Einsatz kam es nicht. „Dass sämtliche Volksfeste von der Handschuhheimer Kerwe über die Sinsheimer Heilmattage bis zu den Highland Games in Angelbachtal abgesagt sind, ist für eine Brauerei wie unsere, die ihre Umsätze zu 90 Prozent über Gastronomie und

Events erzielt, natürlich sehr bitter. Ich wünsche mir sehr, dass zumindest der Heidelberger Herbst noch stattfinden wird – aber da ist wohl eher der Wunsch der Vater der Hoffnung.“ Nachdem fast alle der 35 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Brauerei mehrere Wochen in Kurzarbeit waren, fährt Mack das Familienunternehmen nun wieder langsam hoch – doch an eine Rückkehr zu Vor-Corona-Zeiten glaubt er nicht. „Ich bin überzeugt, dass 30 Prozent der Gastronomen diese Krise bis zum Ende des Jahres nicht überstehen werden“, bedauert er die seiner Meinung ▶

MESSEN

Zwangspause für Live-Kommunikation

Cleverere Produktneuheiten entdecken, frische Impulse mitnehmen, shoppen und genießen, Freunde und Bekannte treffen: Das ist der Maimarkt Mannheim, wie ihn die Menschen der Rhein-Neckar-Region lieben. Doch dieses Jahr war alles anders. Die größte deutsche Regionalmesse mit rund 350.000 Besuchern und 1.400 Ausstellern musste eine Zwangspause einlegen. „Viele Aussteller erwirtschaften auf dem Maimarkt einen guten Teil ihres Jahresgeschäfts. Bestellungen wirken noch viele Monate nach“, erläutert Maimarkt-Chefin Stefany Goschmann die wirtschaftliche Bedeutung der Veranstaltung. „Deshalb wollen wir in diesen wirtschaftlich schwierigen Zeiten unseren Beitrag leisten und haben auf www.maimarkt.de eine Online-Suche eingerichtet. Besucher der Website können hier nach Produkten forschen, finden die Kontaktdaten der jeweiligen Maimarkt-Aussteller und können sich bei Interesse für Beratung und Kauf direkt bei den Anbietern melden. Dieses Angebot kann nicht den direkten Kontakt, das Ausprobieren, Vergleichen und das pulsierende Markterlebnis ersetzen. Aber wir würden uns sehr freuen, wenn Maimarkt-Besucher die Aussteller dabei unterstützen, über diese Durststrecke zu kommen.“



Der Maimarkt in Mannheim hat nicht nur eine lange Tradition, sondern ist außerdem die größte Verbrauchermesse in Deutschland.

Gleichzeitig ist der Blick der MAG Mannheimer Ausstellungs-GmbH auf die Zukunft gerichtet: „Es muss und wird auch nach Corona weitergehen“, bleibt Goschmann zuversichtlich. „Wir arbeiten jetzt gemeinsam am nächsten Maimarkt Mannheim, der vom 24. April bis 4. Mai 2021 stattfindet. Er soll wieder ein starker, verlässlicher Marktplatz sein, um die Wirtschaft der Region – vor allem Handwerk, Mittelstand und Kleinbetriebe – wieder anzukurbeln und den Menschen ihr Lebensgefühl zurückzugeben. Erste Konzepte, u. a. für ein Besuchererfassungssystem, hatten wir eigentlich schon für dieses Jahr

entwickelt – in der vergeblichen Hoffnung, dass es eine Chance für regionale Messen geben würde.“ Derzeit sind die meisten Mitarbeiter in Kurzarbeit, der Rest befasst sich mit der Rückabwicklung des Maimarkts, und Stefany Goschmann kümmert sich um die aktuelle Situation. „Wir werden auf keinen Fall ohne Drittmittel über die Runden kommen“, so ihre Einschätzung. „Die ‚Jobs for Future‘ fand noch statt, doch danach ging nichts mehr – auch nicht in Villingen-Schwenningen, wo wir ebenfalls mit verschiedenen Veranstaltungen engagiert sind.“ Einziger kleiner Hoffnungsschimmer ist derzeit das „Carstival“, das

rund ein Drittel des Maimarktgeländes mit 25.000 Quadratmetern für sein Autokino nutzt.

Der Maimarkt ist auch für Karin Bühler ein wichtiger Termin. Die Geschäftsführerin der Firma mg messebau ist hier normalerweise jedes Jahr für einige Aussteller aktiv. 2011 gründete sie die GmbH in Mannheim und übernahm dabei den Namen und die Kunden des Vorgängerunternehmens, bei dem sie vorher 20 Jahre beschäftigt war. Der Spezialist für Messebau mit nachhaltig einsetzbaren Modulen, der seinen Sitz und sein Lager im Gewerbegebiet Feudenheim hat, ist vor allem auf Ausstellungen in Kongresszentren in ganz Deutschland fokussiert und pflegt hier auch enge Kooperationen mit deren Betreibern und den jeweiligen Veranstaltern. „Die aktuelle Situation hat auch bei mir erst einmal zu einer Schockstarre geführt, doch es muss ja weitergehen“, betont die Unternehmerin. „Die zügige Zahlung der Soforthilfe war für mich vor diesem Hintergrund nicht nur eine Stabilisierung meiner finanziellen Lage, sondern zusätzlich ein kleines Zeichen dafür, dass wir in dieser Krise nicht ganz alleingelassen werden.“ Und inzwischen hat sie auch eine neue Geschäftsidee an den Start gebracht. „In der Kunststoffproduktion meines Cousins in Süddeutschland stellen wir nun Acrylschutzscheiben in allen Größen her, die derzeit ja für viele Zwecke eingesetzt werden – und ich übernehme die Vermarktung. Auf diese Weise habe ich wenigstens eine Mitarbeiterin meines Teams zumindest teilweise aus der Kurzarbeit zurückholen können.“

„Dass unser Geschäftsführer Julian Lothring vor rund einem Jahr den Fassadenbau als zweites Standbein unserer fast 40-jährigen Firma M+W Messe- und Werbeservice etabliert hat – dafür können wir ihm nur dankbar sein“, so Andreas Braasch, Director Business Development der traditionsreichen Mannheimer Firma. „Denn die Baubranche ist von der Corona-Krise nicht betroffen und wir konnten bereits einen Auftrag bei dem Projekt Stuttgart 21 erfolgreich beenden.“

Doch auch im angestammten Geschäft geht M+W neue Wege. „Wir bieten unseren Kunden neben dem Bau eines klassischen Live-Messestandes auch eine virtuelle Variante an. So können Kontaktverluste – beispielsweise durch Grenzschließungen – vermieden werden, auch wenn dieses Tool nach unserer Ansicht niemals eine Live-Kommunikation ersetzen kann.“ Braasch ist jedoch sicher, dass den hybriden Messen die Zukunft gehört und freut sich deshalb über die jüngste Kooperation mit dem Messeveranstalter Hinte in Karlsruhe. „Bei dessen Messen Intergeo und Arbeitsschutz Aktuell sind wir nun der offizielle Anbieter von Messeständen im Individualbau – von unserer Seite aus werden wir unseren Interessenten virtuelle Messeauftritte über Hinte anbieten. So zeigt sich ebenfalls, wie wichtig heute Kooperation und Netzwerkarbeit für uns alle ist.“

„Bei uns explodiert gerade der Markt – wir kommen mit dem Beantworten von Anfragen überhaupt nicht mehr nach. Jetzt profitieren wir davon, uns in einer ehemaligen Marktnische eine hervorra-

gende Ausgangsposition verschafft zu haben. Wir haben mittlerweile Kunden auf der ganzen Welt und realisieren regelmäßig auch digitale Events in Asien sowie Nord- und Südamerika“, so Dr. Michael Geißer von der Mannheimer ubivent GmbH. Diese Nische schuf der Wirtschaftsinformatiker 2009 gemeinsam mit seinen Kollegen Dr. Jens Arndt und Dr. Thomas Butter, als er die gleichnamige Internet-Plattform für Großveranstaltungen als Start-up ins Leben rief.

„Auf diese Weise verfügen wir derzeit bereits über vorgefertigte Designs und Umgebungen, mit deren Hilfen wir relativ schnell virtuelle Events wie Messen organisieren können, aber natürlich können wir auch individuelle Anpassungen zügig umsetzen.“ Besonders stolz ist Geißer, dessen Unternehmen inzwischen eine Tochter von meetyoo conferencing in Berlin ist, gerade auf die Realisierung der Digital X – Digital Edition am 19. Mai. Die größte, branchenübergreifende Digitalisierungsinitiative unter Führung der Deutschen Telekom brachte an diesem Tag rund 1,2 Millionen Teilnehmer zusammen. Besondere Herausforderung: die Zuschaltung aus Moskau von Starag Edward Snowden. Und auch die Themen Catering und Musik wurden in die digitale Welt übertragen: Jeder Teilnehmer erhielt per Knopfdruck einen Gutschein von 15 Euro und konnte sich ein Gericht bestellen, das dann gemeinsam vor dem Computer verzehrt wurde. Die Wartezeit versüßte ein Konzert des live aus Ägypten zugeschalteten Künstlers Adel Tawil.

nach fehlende politische Unterstützung des Mittelstands. „Und dieses Sterben betrifft auch uns, denn als Brauerei besitzen wir rund 30 Gaststätten oder haben sie für unsere Gastronomen gepachtet. Da sehe ich sozusagen von zwei Seiten große Schwierigkeiten auf uns zukommen.“ Trotzdem: Aufgeben kommt für Mack nicht in Frage. Noch in diesem Jahr plant

er einen neuen Marktauftritt und eine neue Marketingstrategie für sein Unternehmen. „Auch wenn es ursprünglich nicht so gedacht war, jetzt kommt dieser Neustart zur rechten Zeit.“

Stadtfeiern, aber auch Firmenevents oder Festivals – mit ihrer Künstleragentur Adiva sorgt Sigrid Hördler für die Highlights auf zahlreichen Events und hat sich hier seit

über zehn Jahren einen guten Namen gemacht. Über 85 Künstler präsentiert sie allein auf ihrer Webseite – ein breites Portfolio von Musikern über Zauberer bis zu Clowns. „Wir arbeiten projektbezogen mit unseren Künstlern und können so ohne die Fesseln der Exklusivität das ‚perfect match‘ finden“, erklärt die studierte Betriebswirtin ihr Geschäftsmodell. „Die letzten Jahre

FILMTHEATER

Die Kinos spielen wieder

Lange hat Frank Noreiks, Geschäftsführer der Filmtheaterbetriebe Spickert in Mannheim, darauf gewartet – seit Pfingsten ist es nun wieder soweit. Seine Kinos in Mannheim, Neustadt und Bruchsal spielen wieder: Vorbei ist die Zeit, als ein Popcorn-Lieferservice und ein Streamingdienst Kino-Feeling künstlich erzeugen und auch die Mitarbeiter – allein in Mannheim sind es 150 – motivieren musste.

„Mit unseren Ticketsystemen können wir die Besucherzahl pro Saal einstellen – und dafür sorgen, dass diese grundsätzlich auf Lücke zum Nachbarn sitzen“, beschreibt Noreiks das Erlebnis Kino in Zeiten von Corona. „Außerdem haben wir uns entschlossen, erst mit

einem Kinokomplex zu starten, um die Situation zu ‚lernen‘. Angedacht ist das kleinere Cineplex. Das CinemaxX startet dann ein/zwei Wochen später. So ist es vielleicht auch möglich, bei größerer Nachfrage tagesaktuell Aufführungen nachzuschieben. Außerdem sorgt das immer häufiger genutzte Online-Ticketing schon seit langem für einen kontaktfreien Zugang in die Säle.“

Die Wiedereröffnung seiner 18 Leinwände in der Quadratesstadt begleitet Noreiks mit zahlreichen Sonderprojekten. „Nun ist der richtige Zeitpunkt, die Sachen auszuprobieren, die wir schon lange auf der Agenda hatten, wo uns jedoch einfach die zeitlichen Kapazitäten fehlten, um sie umzusetzen. Für das Mannheimer Musikfilmforum ‚The Look of Sound‘ hatten wir bereits interessante Filme ausgewählt – die würden wir gerne zeigen. Angedacht sind jedoch auch eine Hitchcock-Nacht mit den bekannten Filmklassikern oder eine Kooperation

mit dem Nationaltheater Mannheim, das einige seiner Produktionen auf den Bühnen der Mannheimer Kinos präsentieren könnte – es gibt zahlreiche Pläne.“

Beim Thema finanzielle Unterstützung sei sein Unternehmen durch viele Raster gefallen, so Noreiks. „Und dass die MFG Filmförderung Baden-Württemberg sich bei ihrer Unterstützung ausschließlich auf die Programmkinos fokussierte, sehen wir als völlig falsche Entscheidung. Auch wenn wir vielleicht nicht in erster Linie Filmkunst im Repertoire haben, sind wir doch ein wichtiger Wirtschaftsfaktor und bringen jedes Jahr rund eine Million Besucher nach Mannheim, was auch dem Handel und der Gastronomie nutzt. Ich freue mich in diesem Zusammenhang deshalb über positive Signale aus der Stadt – und wir hoffen auf eine passable Sommer-saison, an die wir angesichts der ursprünglich geplanten Fußball-Europameisterschaft ohnehin nicht die höchsten Erwartungen hatten.“

Bei den Filmverleihern unterstützt hat Noreiks auch die Veranstalter des „Carstivals“. Das Autokino hat fast parallel mit CinemaxX und Cineplex und den anderen Mannheimer Kinos auf dem Maimarktgelände durchgestartet und bietet Platz für 850 Fahrzeuge. Betreiber ist die Mannheimer Agentur GO7 gemeinsam mit Demi Promotion aus Hirschberg, die das Projekt erst einmal bis zum 31. Juli planen. „Ein Schwerpunkt von ‚Carstival‘ liegt eindeutig auf Konzerten, Lesungen, Comedy und Theater“, sieht der Spickert-Geschäftsführer das Event nicht als Konkurrenz für seine Kinos. „Und es gibt Filme, die muss man einfach im Autokino sehen.“



Mit dem Cineplex und dem CinemaxX betreiben die Filmtheaterbetriebe Spickert die beiden größten Kinos in Mannheim.



Thomas Reister (r.), Gründer und Hauptgesellschafter der Emodrom Group, möchte den Hockenheimring zu einem Mobilitätszentrum transformieren.

lieft es wirklich gut, und auch für 2020 rechneten mein Partner und ich mit guten Umsatzzahlen. Wir hatten sogar schon eine neue Freelancerin für den Vertrieb eingestellt.“ Doch dann kam im März das komplette Aus für alle Buchungen – während zum Beispiel die laufenden Kosten für das Büro im Mannheimer Musikpark weiterlaufen. Die Soforthilfe konnte hier nur die ersten Kosten abfedern. Doch die Vertriebsspezialistin bleibt am Ball. Aktuell kann man bei ihr exklusive Streamingkon-

zerte buchen – private Chats mit den Künstlern inklusive. Und einen ersten Hoffnungsschimmer gibt es bereits: Anfang August ist der von Hördler betreute Musiker Cris Cosmo, Spezialist für deutschen Latino-Reggae, für ein Konzert auf der Seebühne im Rosengarten in Kehl gebucht. „Diese Veranstaltung wird unter strengen Auflagen und mit weniger Besuchern als ursprünglich geplant stattfinden“, berichtet die Künstler-agentin. „Aber sie ist fest eingeplant, und wer nicht persönlich dabei sein darf, kann

einen Livestream des Konzerts auf der Homepage der Stadt Kehl verfolgen.“

„Der Motorsport bleibt die DNA des Hockenheimrings – aber seit dem Einstieg unserer Emodrom Group im Jahr 2012 schlagen wir hier noch einen weiteren Weg ein: die Transformation einer Rennstrecke zu einem Mobilitätszentrum“, bringt Thomas Reister, Gründer und Hauptgesellschafter von Emodrom, sein Engagement in Hockenheim auf den Punkt. „Die ersten Schritte konnten wir bereits realisieren. Wir haben ▶

Bauen mit System

Schnell, wirtschaftlich und nachhaltig

GOLDBECK Südwest GmbH, Niederlassung Rhein-Neckar
Goldbeckstraße 7, 69493 Hirschberg a. d. Bergstraße
Tel. +49 6201 8777-0, mannheim@goldbeck.de

konzipieren bauen betreuen
goldbeck.de

das Porsche Experience Center eingeweiht, in das wir 35 Millionen Euro investiert haben. Und auf den Flächen des Motor-Sport-Museums präsentiert die Dörr-Gruppe Automarken wie McLaren und Lamborghini. Beide Ausstellungen sind jetzt wieder eröffnet – ebenso wie unsere e-Kart-Anlage.“ Reister und sein Unternehmen sehen sich dabei nicht als Forscher, Entwickler oder Produzent, sondern als Anbieter einer Kommunikations- und Marketingplattform zur Darstellung zukunftsweisender Mobilitätskonzepte und innovativer Technologien. „Ein Baustein ist hier auch unser ‚e4 Festival‘, das wir angesichts der Corona-Krise für dieses Jahr absagen mussten und das mit seinem ‚fahraktiven‘ Ansatz unseres Erachtens ein echter Vorreiter im Messegeschäft ist – mit

reinen Präsentationen kann man vor allem junge Leute nicht mehr ansprechen.“ Nicht verzichtet werden soll jedoch auf die Vergabe des mit der Messe verbundenen Start-up-Awards, für den dieses Jahr die Zeitschrift „auto motor und sport“ als Partner mit ins Boot geholt werden konnte.

Partner gesucht

Die neue wirtschaftliche Aufstellung, bei der Einnahmen vor allem durch Mieten und nicht durch den Verkauf von Tickets fließen, hat sich auch in der aktuellen Situation bewährt. „Wir werden ohne größere Blessuren durch die Krise kommen“, ist Reister überzeugt – sieht jedoch trotzdem Handlungsbedarf. „Wir brauchen für unsere weiteren Projekte wie den Bau eines Mo-

bilitätszentrums und eines Hotels mit einem Investitionsvolumen von rund 90 Millionen Euro die Automobilbranche als Partner – und das ist durch die derzeitige Entwicklung sicher nicht leichter geworden. Trotzdem sind wir zuversichtlich, denn unsere Location ist nun wirklich prädestiniert für die Automotive-Szene, sich der Öffentlichkeit zu präsentieren.“ Aktuell im Fokus steht jedoch die Teilprivatisierung der Hockenheim-Ring GmbH, an der die Emotrom Group mehrheitlich Anteile übernehmen und dadurch die Stadt von ihren Verbindlichkeiten entlasten soll. Diese musste erst einmal verjagt werden, da die vorgeschaltete Bürgerversammlung im März in der Stadthalle wegen der Corona-Pandemie nicht stattfand. ■

HOCHZEITSPLANER IN ZEITEN VON CORONA

„Liebe wird nicht storniert“

Es war alles perfekt geplant: eine freie Hochzeit ganz im Stil der goldenen 1920er Jahre. Mit Pailletten- und Steinen-verzierten Charleston-Kleidern, langen geknoteten Perlenketten, verzierten Haarbändern, Pelzkragen, Federboas und kurzgeschnittenen Bubiköpfen. Mit Swing und Jazz. Und einem frisch gemixten Side Car-Cocktail. Es wäre der perfekte Start in das gemeinsame Leben für das Brautpaar gewesen – doch er fand nicht statt.

2016 gründeten die Hotelfachfrauen und staatlich geprüften Betriebswirtinnen für Veranstaltungs- und Eventmanagement Kerstin Wojt und Corina Karnau ihre Agentur „Marry Moments“ in Mannheim-Sandhofen. Schon im ersten Jahr gewannen sie zahlreiche Kunden und profitierten vom Trend zu glamourösen Hochzeiten im US-amerikanischen Stil, für die zahlreiche Brautpaare rund 25.000 bis 30.000 Euro bei ca. 70 Gästen investieren. „Viele Paare wünschen sich etwas Besonderes, eine Hochzeit mit Flair und einem roten Faden, der sich durch das ganze Event zieht – und einen Weddingplanner, der gerade bei diesen hohen Summen einen Blick auf das Bud-



FRANKEFOTO

Miriam Janotta setzt mit ihrer „Agentur Traumhochzeit“ auf ein erfolgreiches Franchisesystem.

get hat“, so Kerstin Wojt. „Alles lief sehr gut. Dieses Jahr wäre das bisher beste seit der Gründung von Marry Moments geworden – bis Corona kam.“

Neben der Verschiebung von Hochzeiten entschieden sich mehrere Brautpaare auch angesichts der wirtschaftlich unsicheren Situation für komplette Stornierungen – eine sehr schwierige Situation für die jungen Unternehmerinnen, auch wenn sie die Entscheidung verstehen: „Wer will schon mit Mundschutz und Abstandsregelungen heiraten und die

Hälfte der Gäste wieder ausladen.“ Als ersten Schritt haben sie nun die Soforthilfe beantragt und bauen auf ihre Ausbildung und eine mehrjährige Erfahrung im Hotelfach. „Bis sich die Situation wieder stabilisiert, können wir hier unser Geld verdienen“, so der Plan der Hochzeitsplanerinnen in den auch für ihren Beruf derzeit schwierigen Zeiten.

Mit diesen kämpft auch Miriam Janotta. Die gelernte Vertriebspezialistin ist ihrer Leidenschaft gefolgt und hat sich vor zweieinhalb Jahren in Edingen-Neckarhausen als Weddingplanner selbstständig gemacht und eine Weiterbildung zur zertifizierten Hochzeitsplanerin (IHK) absolviert. Unterstützt wird sie von der Agentur Traumhochzeit mit Sitz in Velbert, deren Franchisenehmerin sie ist. Bisher wurde bei ihr noch keine Hochzeit abgesagt. „Die meisten Events wurden verschoben – und wir planen die ersten Hochzeiten im Frühherbst“, berichtet Janotta. Derzeit hat sie noch Einnahmen aus den Staffelnverträgen der Agentur, bei denen in mehreren Schritten abgerechnet wird. „Diese sind für mich auch wichtig, denn ich habe einen Showroom und ein Geschäft für Dekorationen, für die regelmäßig Miete anfällt“, so Janotta. „Neue Anmeldungen sind derzeit jedoch leider nicht zu erwarten.“ Aber: „Liebe wird nicht storniert“, ist ihre Hoffnung auf bessere Zeiten – und bis dahin wird sie von ihrem familiären Umfeld finanziell aufgefangen.