

**Stellungnahme der Messe Friedrichshafen in Abstimmung mit der Stadt Friedrichshafen auf Fragen des Ergänzungsantrages der Fraktion Bündnis 90/Die Grünen zu den Drucksachen 2020 / V 00216 und 2020 / V 00229 vom 02.11.2020**

**Zu Beschlussantrag, Teil 1)**

1. Der Liquiditätsbedarf der IBO GmbH in 2021, dessen Deckung durch die vorliegende Beschlussvorlage ermöglicht werden soll, entsteht zum Teil bereits kurzfristig im ersten Quartal 2021. Eine Verschiebung der Entscheidung in das Folgejahr scheint vor diesem Hintergrund nicht angemessen.
2. Anfang 2021 liegt zudem voraussichtlich noch kein beschlossener bzw. genehmigter Haushalt vor, weshalb sich die Stadt in der sog. haushaltslosen Zeit (vorläufigen Haushaltsführung, Interimsphase) befinden wird. In dieser Zeit dürfen Aufwendungen und Auszahlungen zunächst nur für gesetzliche, unabweisbare Pflichtaufgaben getätigt werden. Es ist deshalb auch aus Gründen des Haushaltsrechtes erforderlich, die Zahlungen bereits im Jahr 2020 als außerplanmäßige Ausgaben bereit zu stellen. Der liquiditätsmäßige Zahlungsfluss richtet sich nach dem in der Sitzungsvorlage dargestellten Bedarf in den Jahren 2020 und 2021. Die Deckung der außerplanmäßigen Ausgaben im Haushalt 2020 ist gewährleistet.

**Zu Beschlussantrag, Teil 2)**

**Präambel: Gesellschaftszweck der beiden Messe-Unternehmen laut Gesellschaftsverträgen:**

- IBO GmbH: Erwerb von Grundstücken, Erstellung von Gebäuden für Messezwecke und Vermietung an Messe GmbH zur Durchführung von Messen und Veranstaltungen
- Messe GmbH: Veranstaltung von Messen und Ausstellungen sowie Vermietung des Messegeländes sowie Erbringung Messe-verbundener Dienstleistungen
- Beide GmbHs „wollen der wirtschaftlichen Förderung der Stadt Friedrichshafen und dem ihr verbundenen Wirtschaftsraum dienen“

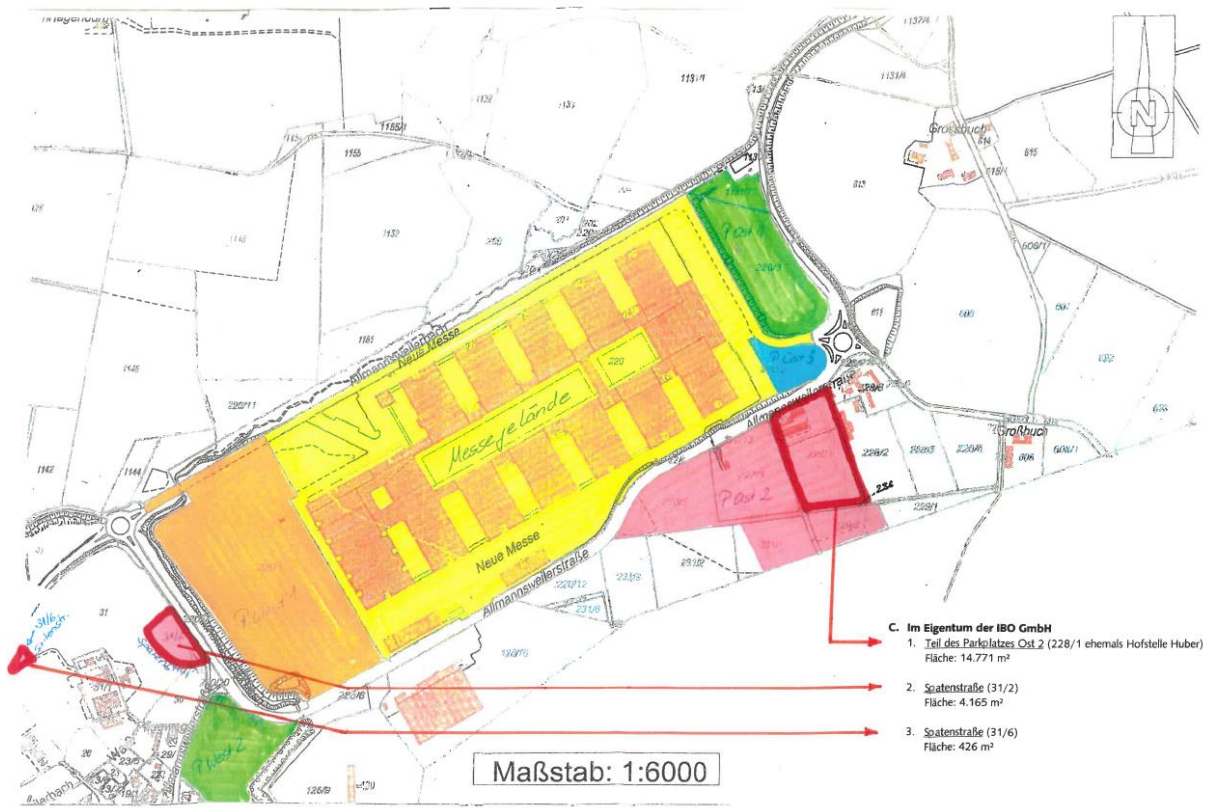
**1. Kaufkrafteffekte**

Bitte sehen Sie hierzu die beigefügte Kurz-Präsentation mit konzentrierter Darstellung der Kaufkrafteffekte.

**2. Veräußerung von Teilflächen**

- a. Der Bau der Neuen Messe Friedrichshafen wurde auf Erbbau-Grundstücken realisiert, weitere Teilflächen sind durch langfristige Pachtverhältnisse gesichert. Insofern können davon keine Teilflächen veräußert werden.

- b. Lediglich 3 Flächen befinden sich im Eigentum der IBO GmbH
- i. Die 1. Fläche (14.771m<sup>2</sup>) betrifft eine Teilfläche des Parkplatz OST 2. Sie wurde im Jahr 2018 durch die IBO GmbH erworben. Sie wurde bereits auch vor dem Erwerb angepachtet und größtenteils als Wohnmobilstellplatz hergestellt und genutzt. Diese Fläche ist für den weiteren Messebetrieb unverzichtbar, denn Aussteller, Besucher sowie Journalisten nutzen verstärkt Übernachtungsmöglichkeiten in unmittelbare Nähe zum Messegelände. Begründet auch durch die zeitweise mangelnden Übernachtungsmöglichkeiten im Umfeld. Andere Messegesellschaften haben genau aus diesem allgemeinen Trend „Mit dem Wohnmobil zur Messe“ in diese Stellplatzangebote auf ihren Geländen investiert.
  - ii. Die 2. Fläche (4.165m<sup>2</sup>) befindet sich in der direkt angrenzenden Spatenstraße und wurde im Jahr 2017 erworben um den geforderten und festgestellten Mangel an Dienstleisterflächen für die Servicepartner der Messe auszugleichen. Auf dieser Fläche soll mittelfristig ein Dienstleistungsbauwerk für die Servicepartner der Messe entstehen. Auf Messegeländen des Wettbewerbs sind diese Logistik- und Dienstleister-Zentren üblich und Standard. Insofern sollte dieses Potential, mit anderen Messegeländen gleichzuziehen nicht vergeben werden.
  - iii. Das 3. Grundstück liegt ebenfalls an der Spatenstraße und ist eine kleine Fläche (426m<sup>2</sup>) mit Blick-Wirkung zur Messezufahrt Süd für Werbemaßnahmen und Hinweise auf die Messe und deren Veranstaltungen. Ein Verzicht dieser Fläche würde die Sichtbarkeit der Marke Messe Friedrichshafen schmälern und potentielle Erlöse durch Werbemaßnahmen an dieser Stelle reduzieren.



- C. Im Eigentum der IBO GmbH**
1. Teil des Parklatzes Ost 2 (228/1 ehemals Hofstelle Huber)  
Fläche: 14.771 m<sup>2</sup>
  2. Spatenstraße (31/2)  
Fläche: 4.165 m<sup>2</sup>
  3. Spatenstraße (31/6)  
Fläche: 426 m<sup>2</sup>

Maßstab: 1:6000

5.11.2020 SK

### **3. Dauerhafte Umnutzung einer Messehalle als Sporthalle**

- a. Prinzipiell unterscheidet sich die Konzeptionierung und Planung einer Messehalle von der einer Sporthalle wesentlich.
  - i. Eine Messehalle ist konzipiert als temporäre Ausstellungsfläche ohne weitere gehobene Infrastruktur in der Halle selbst und mit geringeren Anforderungen.
  - ii. Eine Sporthalle ist ausgelegt auf einen ganzjährigen Betrieb und hat umfangreichere Raumanforderungen sowie eine grundlegend andere Infrastrukturvoraussetzung. Eine dauerhafte Umnutzung in eine Sporthalle würde daher nur nach einem kostspieligen Umbau möglich sein.
  - iii. Zur Verdeutlichung der Aussage nachfolgend einige gegensätzliche Anforderungsprofile:
    1. Während bei einer Messehalle keine Einbauten gewünscht sind, erfordert eine Sporthalle zentrale Einbauten wie Umkleide- und Sanitärräume, Abtrennungsmöglichkeiten, Geräteunterbringung sowie ggfs. eine (variable) Zuschauertribüne.
    2. Die Heizungs- und Lüftungsanlage einer Messehalle ist auf eine schnelle Aufheizung (mit hohen Temperaturen und mit einer hohen Lüftungsrate) ausgelegt. Nachteilig für eine Sporthallennutzung wäre darüberhinaus die große Höhe der Messehalle mit zusätzlichem Luftvolumen, welches beheizt werden müsste. Dies würde sich in den Nebenkosten deutlich bemerkbar machen. Bei einer dauerhaft betriebenen Sporthalle wäre eher eine Niedrig-Temperaturanlage sowie eine niedrigere Hallenhöhe sinnvoll.
    3. Während bei der Messehalle der Bodenaufbau für Schwerlastlogistik ausgelegt wurde - vergleichbar einem Bundesstraßenbau - sollte für eine Sporthalle der Bodenaufbau in Hochbaustandard mit Isolierung realisiert sein.
    4. Eine Messehalle verfügt über viele, notwendige, große Hallentore für die schnelle Auf-/Abbau-Logistik, welche für Sporthallen überdimensioniert wären und jeweils Kältebrücken darstellen.
- b. Abgesehen von den nötigen baulichen und infrastrukturellen Veränderungen an einer Messehalle wäre bei einer dauerhafte Nutzung als Sporthalle die Durchführung von Messen und Veranstaltungen nicht mehr in der engen zeitlichen Abfolge und somit Anzahl wie bisher umsetzbar. Derzeit können die Veranstaltungen auf die Bereiche Ost und West sowie A- und B-Achse aufgeteilt werden. Aufgrund der baulichen Struktur des Messegeländes ist es derzeit möglich, die gleichzeitige Durchführung bzw. den parallelen Auf- und Abbau mehrerer

Veranstaltungen zu ermöglichen. Ein konkretes Beispiel ist hier die geplante Konstellation der Messen AQUA-FISCH, Bildung & Karriere Bodensee und all about automation 2021. Während die AQUA-FISCH im Bereich Ost auf der A- und B-Achse durchgeführt wird, findet im Bereich West/A-Achse die Bildung & Karriere statt und die all about automation wird im Bereich West/ B-Achse aufgebaut.

- c. Eine dauerhafte Nutzung als z.B. Sporthalle würde die Erlös-Situation der Messe merklich verschlechtern. In einem Messejahr inklusive Durchführung der Fakuma und der Pferd Bodensee werden über die Halle A1 Erlöse von 2,6 Mio. EUR unmittelbar bei der Messe ausgelöst. Im Vergleich hierzu beträgt eine aktuelle Miete des VfB Volleyball hierzu im Vergleich 31.500 EUR pro Monat.
- d. Im Zuge der Corona-Pandemie und den damit verbundenen Verschiebungen von Veranstaltungen gab es bereits Aktivitäten eine Messehalle längerfristig als Lagerfläche zu vermieten. Die Prüfung der Hallenbelegung ergab, dass maximal ein Zeitfenster von ca. zweieinhalb Monaten zur Verfügung stand, in dem eine Halle durchgängig nicht belegt ist.

#### **4. Verstärkte Nutzung für Kultur-Veranstaltungen**

- a. Zur Konzeption und Durchführung von Kultur-Veranstaltungen ist das Kulturbüro Friedrichshafen personell und finanziell ausgestattet. Bei Durchführung von Veranstaltungen über den Platzbedarf des GZH hinaus könnten Räumlichkeiten und Dienstleistungen der Messe angemietet werden. Die Messe hat keinen zusätzlichen Kulturförderungs-Auftrag.
- b. Eine erstmalige Kooperation von der Messe und dem Kulturbüro erfolgte im Sommer 2020, als corona-adäquat gemeinsam mit einem Technik-Dienstleister das temporäre Autokino realisiert wurde.
- c. Die Messe hat auch in der Vergangenheit Veranstalter akquiriert und Konzerte angeboten. Voraussetzungen hierfür waren:
  - i. Veranstalter mieten sich bei der Messe ein (Messe Angebote sogar bis lediglich zur reinen Kostendeckung)
  - ii. Hallen-Gestaltung mit Bühnentechnik und ggfs. Tribünen muss zu Budget des Veranstalters passen (Messe-Hallen sind erheblich aufwändiger in der Umgestaltung als vorbereitete Bühnenhäuser)
  - iii. Konzert-Tournee muss bzgl. Timing in Messe-Kalender passen
  - iv. Erwartete Besucher-Zahl (des jeweiligen Künstlers in hiesiger Region) muss zur Finanzkalkulation des Veranstalters passen (mindestens 8.000 bis max 10.500 Besucher)
- d. Im Bauplanungsprozess der Neuen Messe wurde Wert darauf gelegt, durch die Messe keine lokale Konkurrenz zu

Kulturstätten wie dem GZH entstehen zu lassen. Daher wurde die Halle A1 als Messe- und nicht als eine Mehrzweckhalle bzw. als reine Veranstaltungshalle konzipiert, welche wiederum höhere Anforderungen aufgewiesen hätte. Insofern gestaltet sich die Vermarktung als Veranstaltungshalle schwierig, da alle erforderlichen Einbauten wie Rigging/Beleuchtung, Bühnen- und Tribünaufbau jeweils kostenintensiv von den Veranstaltern eingebracht werden müssen.

- e. **„Zugänglichkeit der Messe für Häfler Bevölkerung“** → Unabhängig von Kulturveranstaltungen bietet das Messe-Portfolio ein große Bandbreite von Special Interest-Veranstaltungen, deren Besuch durch Hobbies oder berufliche Interessen motiviert ist. Hier wird regelmäßig und abwechslungsreich Unterhaltung, Interaktion, Information und Kaufmöglichkeit geboten.

#### **5. Zusätzliche Gesellschafter zur Finanzierung**

- a. Unter Beachtung des Gesellschaftszwecks (siehe Präambel) lassen sich potentielle Gesellschafter entweder i) in der Rolle eines „Profiteurs“ der Wirtschaftsförderungsaspekte gewinnen oder ii) aus Gewinnerzielungsabsicht und/oder strategischem Projektvorteil auf Grund erfolgreicher MF-Veranstaltungen.
  - i. Der Landkreis Bodenseekreis als mittelbarer „Profiteur“ der Kaufkrafteffekte durch Messekundschaft bei Betrieben im Kreisgebiet ist bereits Gesellschafter der IBO GmbH. Eine finanzielle (begrenzte) Ausweitung des Engagements ist angeregt, aber bislang noch nicht im Kreistag politisch behandelt. Das Land Baden-Württemberg als nächstrangiger „Profiteur“ des Messeplatzes Friedrichshafen wird sich nach aktueller Einschätzung nicht an einem weiteren Messeunternehmen neben der „Landesmesse Stuttgart“ beteiligen.
  - ii. Die Sondierung strategisch fachlicher Partner erfolgt.

Messe Friedrichshafen, 05.11.2020