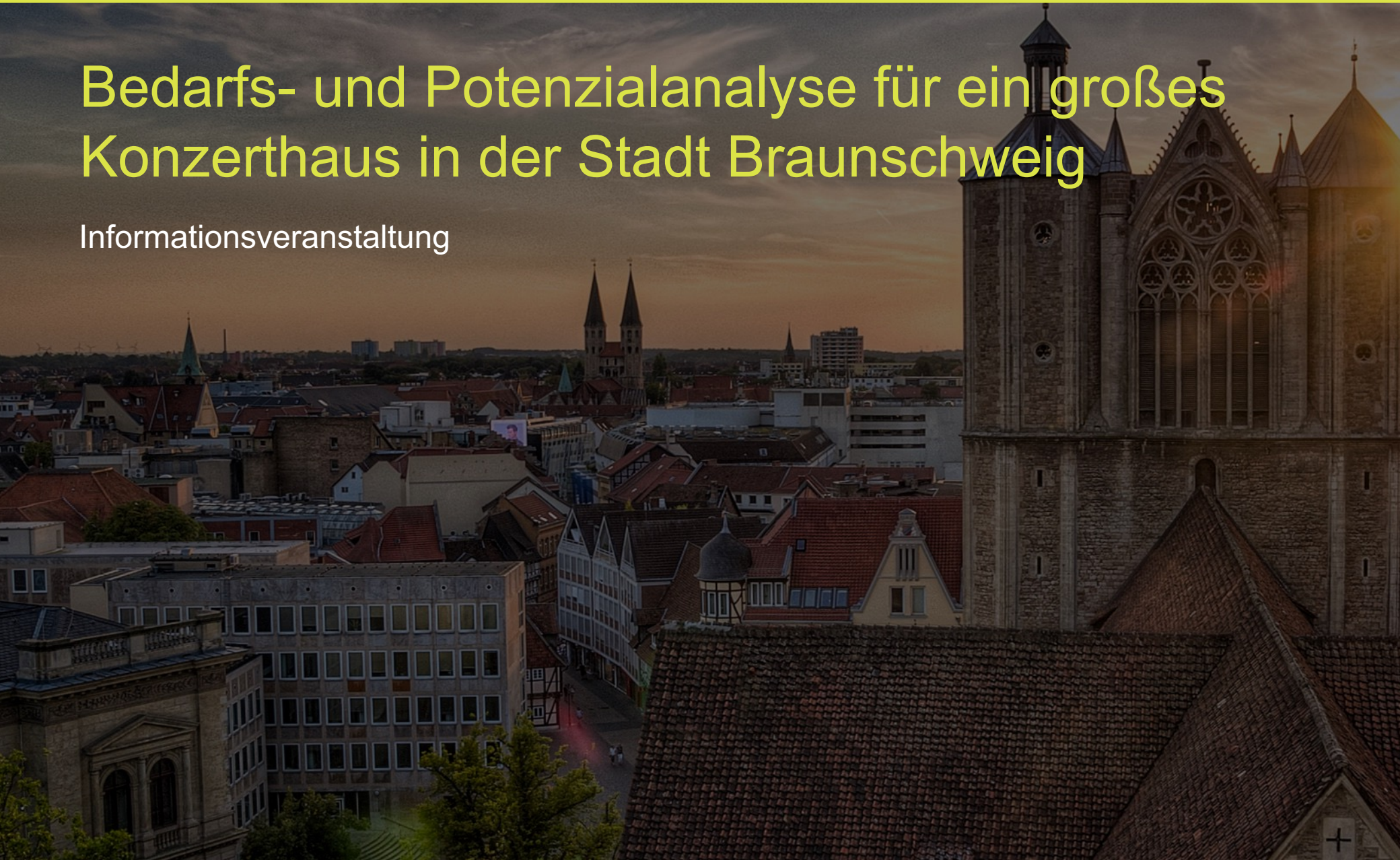


Bedarfs- und Potenzialanalyse für ein großes Konzerthaus in der Stadt Braunschweig

Informationsveranstaltung

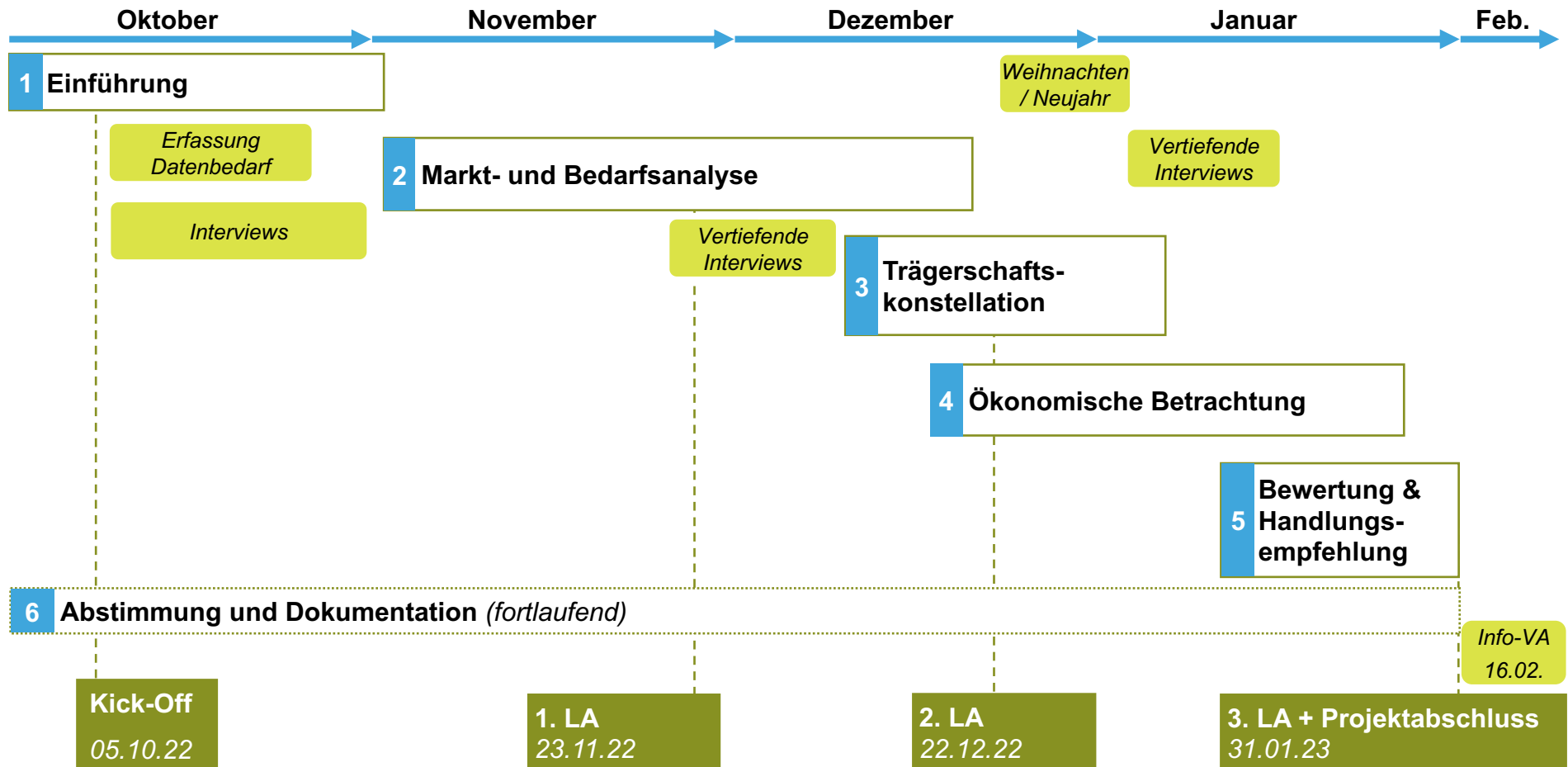


- 
- An aerial photograph of a city at sunset. The sky is a mix of orange, yellow, and grey clouds. In the foreground and middle ground, there are various buildings, including a large, modern multi-story building with many windows on the left. To the right, a large, historic Gothic cathedral with multiple spires and intricate stonework dominates the skyline. The city's rooftops are visible, and the overall atmosphere is serene and historic.
- A. Projektvorgehen
 - B. Markt- und Wettbewerbssituation
 - C. Bedarf und Nutzung
 - D. Betriebliche Organisation
 - E. Betriebswirtschaftliche Auswirkungen
 - F. Hinweise zum weiteren Projektverlauf

A. Projektvorgehen



Die Bearbeitung des Projekts erfolgte in einem Zeitraum von 4 Monaten



LA = Lenkungsausschuss.

Vielzahl an Interviews, Benchmark-Analysen und Daten als Basis der Ergebnisse in neun vertieften Projektelementen

Basis d. Gutachtens: Interviews & Analysen

- **25 Interviews** mit internen und externen Stakeholder/-innen
- Vielzahl an **Benchmark-Analysen**:
 - **7 Veranstaltungsstätten** hinsichtlich Veranstaltungsportfolio, Ausrichtung, Wirtschaftskennzahlen und Kapazitäten
 - **13 Konzerthäuser im deutschspr. Raum** hinsichtl. Trägerschaft, Rechtsform, Führungsmodell, Saalkapazitäten und Betreibermodelle
 - **9 internationale und nationale Konzerthäuser** bzgl. Nutzungsspektrum, Isochrone, Raum- und Funktionsplanung, Zusatznutzungen und Synergiepotenziale der Nutzenden
- **Interne und externe Daten und Studien** wie ISEK, KEP, Sitzungsbeschlüsse, Tourismusdaten, Marktentwicklung, Veranstaltungsdaten oder Marktanalysen



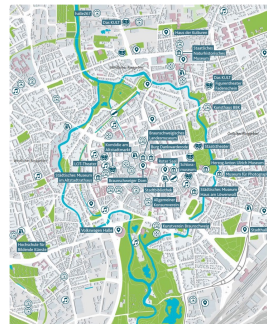
B. Markt- und Wettbewerbssituation



Braunschweig ist mit seinem umfassenden Kulturangebot, das alle künstlerischen Sparten umfasst, kultureller Mittelpunkt der Region

Dichte Kulturlandschaft in Braunschweig

Die Region Braunschweig verfügt über ein umfassendes und vielfältiges Kulturangebot mit breiten Akteursgruppen.

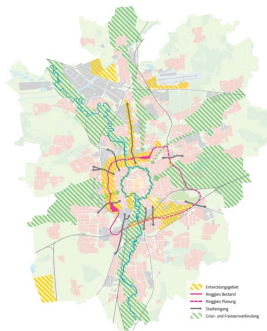


Viele potenzielle Nutzende

Orchester	Veranstalter/-innen
 Staatsorchester Braunschweig ■ Staatsorchester Braunschweig ■ Louis Spohr Orchester Braunschweig ■ NDR Radiophilharmonie	 Paulus ■ undercover GmbH ■ Paulus Veranstaltungsbüro ■ applaus-kulturproduktionen ■ Konzertdirektion Walter E. Schmidt GmbH ■ Konzertagentur Plekert ■ BraunschweigBAROCK
Laienmusik und Freie Musiker/-innen	Vermittlung/ Education Bereich
 Dom ■ ca. 120 Chöre ■ ca. 120 Rock- und Pop-Gruppierungen ■ ca. 50 Klassik- / Moderne-Ensembles ■ ca. 30 Jazz-, Soul-, Folk- und Weltmusik-Gruppen	 Städtische Musikschule Braunschweig ■ Städtische Musikschule Braunschweig ■ KinderKlassik.com e.V. ■ Louis Spohr Musikforum Braunschweig e.V. ■ Landesmusikakademie Niedersachsen

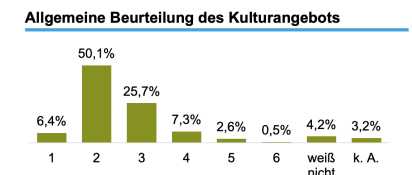
ISEK & KEP stärken Kulturstadt

Mit dem integrierten Stadtentwicklungskonzept (ISEK) und dem Beschluss zur Umsetzung des Kulturentwicklungsprozesses (KEP) will Braunschweig sich als Kulturstadt stärken.

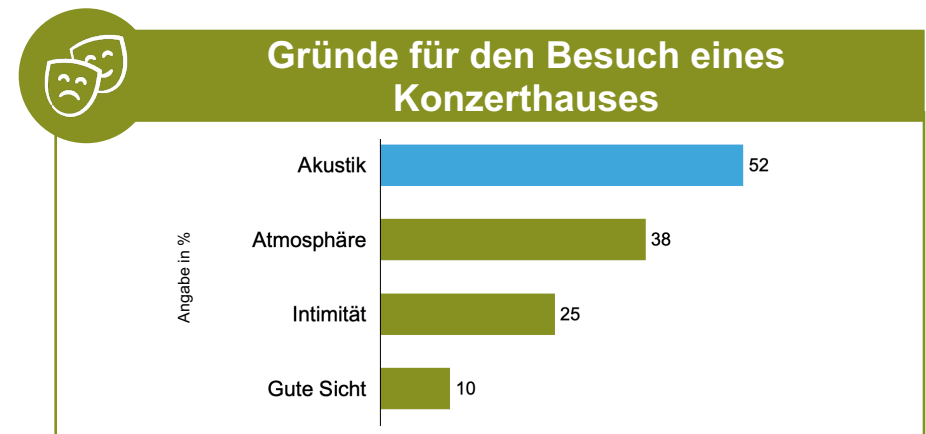
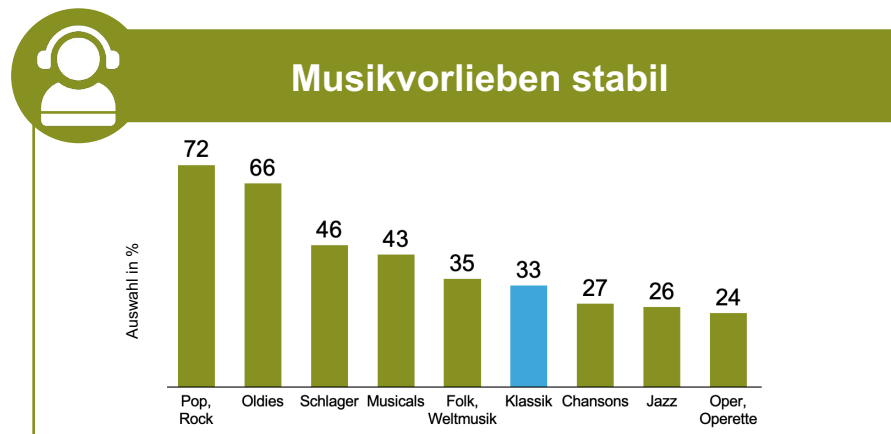
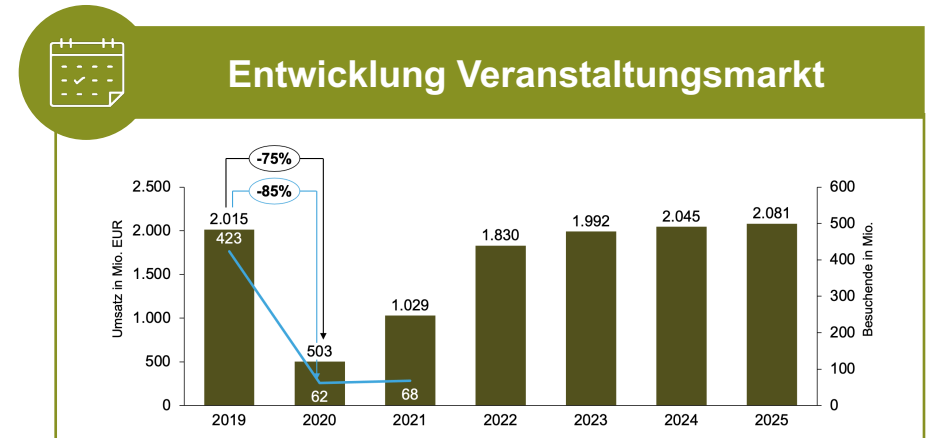
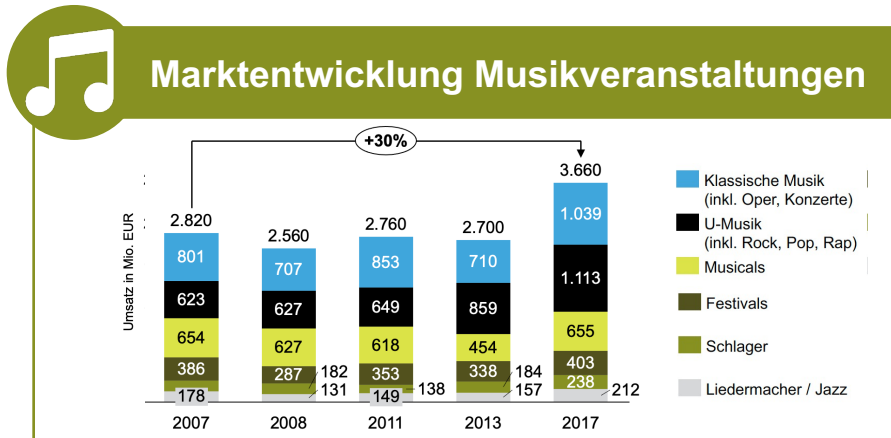


Positive Beurteilung

Die allgemeine Beurteilung des Kulturangebots in Braunschweig ist positiv – größtes Interesse gilt der Musik und Konzerten.



Positiver Ausblick: Erholung des Live-Entertainment-Marktes zu erwarten – Interesse an Klassik ist stabil



Quelle: GfK Konsumstudie des Veranstaltungsmarktes 2007-2018; EITW, 2022; PwC, 2021; Interviews, Deutsches Musikinformationszentrum 2022; Exploring classical music concert attendance: The effects of concert venue and familiarity on audience experience, Dobson 2008.

Chance für Alleinstellungspotenzial – Im direkten Umfeld Braunschweigs kein Konzerthaus im engeren Sinne

Säle im Braunschweiger Umfeld



- Im Braunschweiger Umfeld hat nur **Bielefeld** einen Konzertsaal.
- Andere Städte vergleichbarer Größenordnung bieten **keine spezifische Konzerthaus-Infrastruktur**, sondern Veranstaltungsstätten mit anderem Fokus wie z.B. **Theater-** oder **Multifunktionssäle**.

Konzerthäuser in Norddeutschland



- In **Bielefeld** und **Bremen** sind westlich von Braunschweig Konzerthäuser vorzufinden.
- Nördlich von Braunschweig ist in **Hamburg** der nächstgelegene Konzerthaus-Standort mit der **Elbphilharmonie** und der **Laeiszhalle**.
- Im Osten besitzen **Potsdam** und **Berlin** Konzerthäuser im engeren Sinn.
- Südlich von Braunschweig ist erst in **Frankfurt am Main** der nächste Konzerthaus-Standort.

Trotz größerer Städte an den äußeren Rändern hat Braunschweig ein weites Einzugsgebiet mit großem Besuchendenpotenzial

15-30-45-60 Min. Isochrone Braunschweig



Reichweite	Fläche	Einwohnerdanzahl
15 Min.	135 km ²	216.800
30 Min.	1.403 km ²	779.021
45 Min.	4.642 km ²	1.899.000
60 Min.	9.436 km ²	3.349.270

- Braunschweig selbst bietet ein **großes Besuchendenpotenzial** – mit ca. 251 Tsd. Einwohnenden.
- Im unmittelbaren Umreis (<30 Min.) hat die Großstadt entsprechend eine **hohe Anziehungskraft** (711 Tsd. Einwohnende).
- In der 60 Minuten-Isochrone liegen jedoch mit **Hannover, Magdeburg, Hildesheim** und **Wolfsburg** vier Städte die eine **eigene Sogwirkung** haben (z. B. Staatstheater Hannover).
- Insb. die Bewohnenden, die in weniger als 60 Minuten entweder in Braunschweig oder in Hannover sein können, orientieren sich aktuell **vorrangig in Richtung Hannover**.

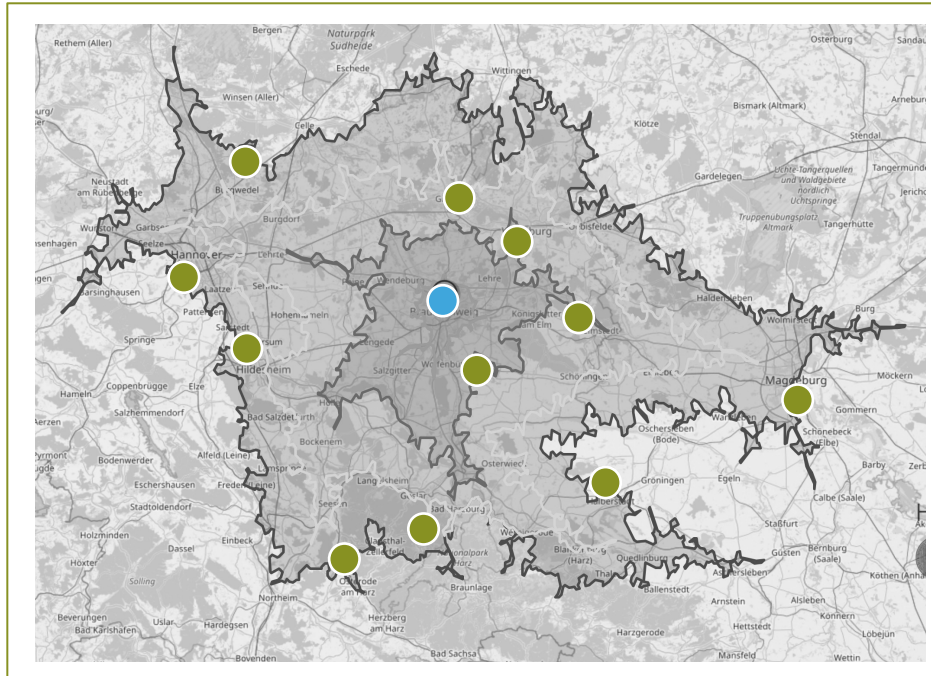
„**Ab Peine** fahren die Menschen nach Hannover.“

„Der **NDR Sendesaal** und der **Kuppelsaal** in Hannover sind Wettbewerber.“

„Auch das Brunnentheater **Helmstedt** oder das Lessingtheater **Wolfenbüttel** ziehen Besuchende aus der Region an.“

Quelle: Openrouteservice.org, actori Analyse.

In der Region um Braunschweig gibt es viele Veranstaltungsstätten mit klassischen Angeboten, aber kein Konzerthaus im engeren Sinne



- In der Region um Braunschweig finden sich **einige Veranstaltungsstätten mit klassischen Angeboten**.
- V. a. in Hannover gibt es einige Säle mit Fokus klassische Musik (NDR Sendesaal, Kuppelsaal, Richard-Jakoby Saal).
- Im engeren Einzugsgebiet um Braunschweig, v. a. im Osten gibt es **kein reines Konzerthaus** mit Fokus E-Musik.

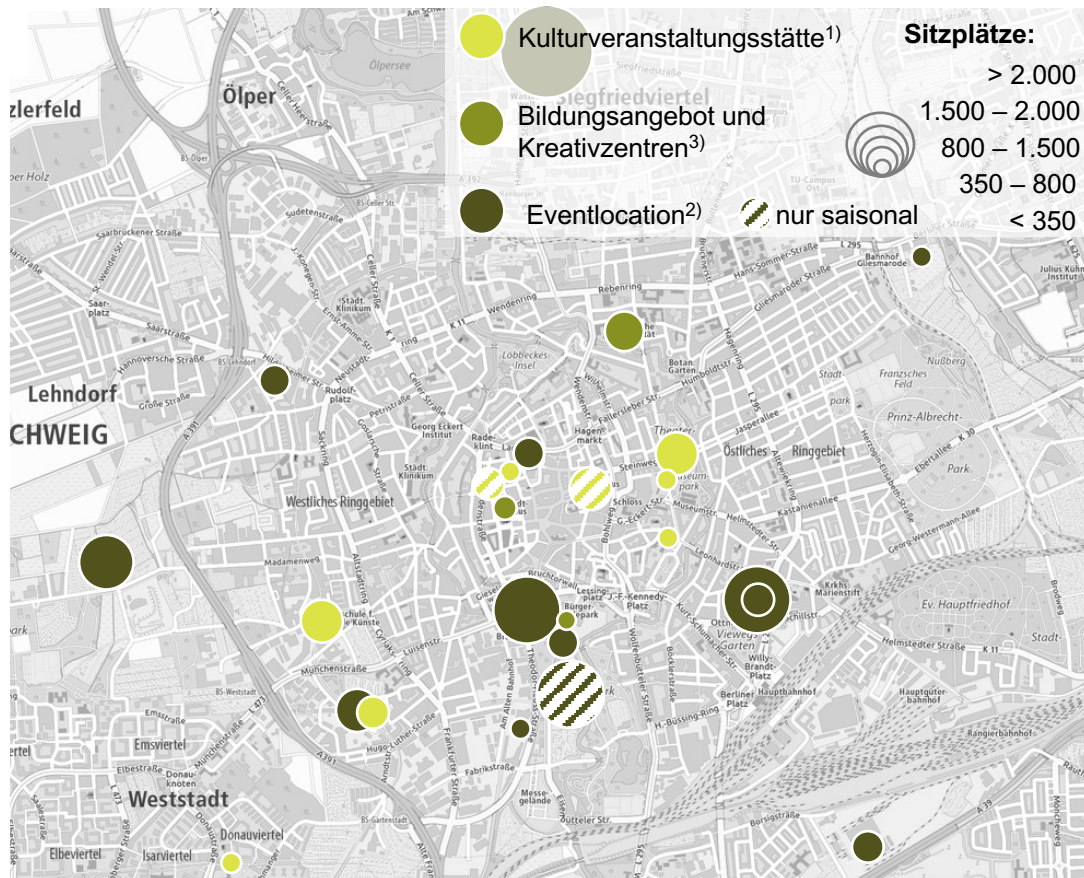
1) Auswahl Veranstaltungsstätten >400 PAX im 60 Minuten-Isochron.

Veranstaltungsstätten Klassik in der Region Braunschweig¹ (PAX großer Saal)

- Staatstheater Braunschweig (900)
- Stadthalle Braunschweig (2.300)
- Scharoun Theater, Wolfsburg (777)
- Stadthalle Gifhorn (850)
- Juleum, Helmstedt
- Congress Union Celle (1.100)
- Prinzenpalais, Wolfenbüttel
- Theater Magdeburg (550)
- NDR Sendesaal, Funkhaus Hannover (1.200)
- Kuppelsaal, Hannover Congress Centrum (3.600)
- Richard-Jakoby Saal, HMT Hannover (466)
- Stadttheater Hildesheim (550)
- Staatsoper Hannover (1.200)
- Lessingtheater Wolfenbüttel (472)
- Nordharzer Städtebundtheater, Halberstadt
- Kirchen (St. Michaelis, Braunschweiger Dom, St. Andreas, St. Johannis, St. Jakobi, Johanniskirche, Pauluskirche, St. Mauritius, Marktkirche)

Braunschweig hat einige Veranstaltungsstätten – vor allem im Event- und Club-Bereich, aber keine mit Fokus E-Musik

Relevante Veranstaltungsstätten in Braunschweig



1) z. B. Theater, Clubszene; 2) z. B. Messen, Tagungen, Konzerte U-Musik; 3) ohne Kapazität; Quellen: Websites der Häuser, actori Analyse.

Bewertung der Wettbewerbssituation

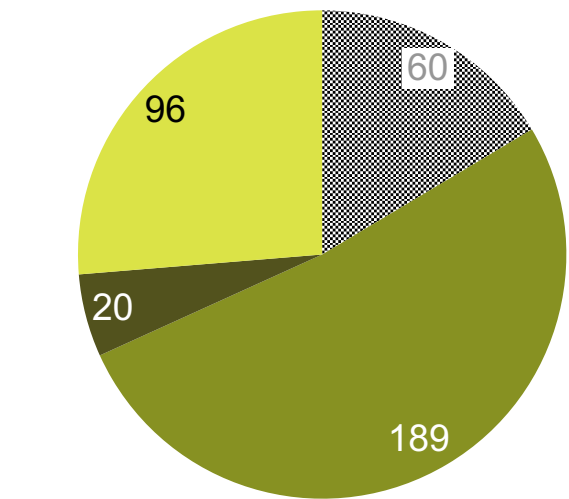
- Braunschweig hat in der Innenstadt einige **Kulturveranstaltungsstätten** z. B. das Staatstheater oder das KufA-Haus.
- Im Westlichen Ringgebiet Braunschweigs sammeln sich einige Clubs und kleinere Eventlocations.
- **Größere Veranstaltungen** in Braunschweig finden vor allem in **Eventlocations** wie der Stadthalle oder Volkswagen-Halle statt.
- Der **größte Veranstaltungsort** Braunschweig, das **Eintracht-Stadion**, ist außerhalb der Innenstadt gelegen.
- Es gibt **keine Veranstaltungsstätten mit Fokus E-Musik**. Konzerte finden teilweise in Eventlocations (z. B. Stadthalle), Kulturveranstaltungsstätten (z. B. Staatstheater) oder Kirchen statt.

C. Bedarf und Nutzung



Auslastung des großen Konzertsaals von rd. 69% durch Fremdveranstaltende – Potenzial für Eigenveranstaltungen

Belegtage pro Jahr durch Fremdveranstaltende



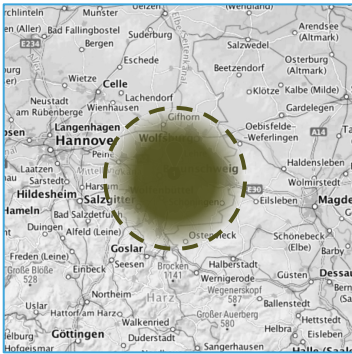
- Pausen/ Schließung¹⁾
- Fremdveranstaltungen
- Probe- und Auf-/Abbau-Tage¹⁾
- Verfügbar²⁾

- Realistisch erfolgt jährlich eine Belegung des großen Saals im Konzerthaus an **189 Tagen** durch Fremdveranstaltende:
 - Anhand der Angaben **potenzieller Nutzender** in den Interviews ergeben sich ca. **148 verifizierte Veranstaltungen**; diese sichern eine gute Belegung des Konzerthauses.
 - Erfahrungsgemäß erfolgt eine weitere Belegung des Saals durch **nicht-öffentliche Veranstaltungen** im Rahmen einer Vermietung an rd. **5-10 Tagen**.
 - Weitere **Impulse** entstehen in der Regel durch den Bau eines Konzerthauses, so dass die Veranstaltungszahl weiter steigt. Erwartbar ist eine **Steigerung um 15-30%**.
- Aufgrund von Schließungen im Sommer und Winter sind **Pausen** zu berücksichtigen, in denen der große Saal nicht bespielt werden kann.
- Erfahrungsgemäß gibt es **Belegungstage** durch Proben sowie **Auf- und Abbau** – auch wenn dies nicht explizit in den Interviews benannt wurde. Für Braunschweig wurde von 20 ausgegangen.

1) Annahme actori; 2) Dies sind nicht zwingend ideal vermarktbar Tage.

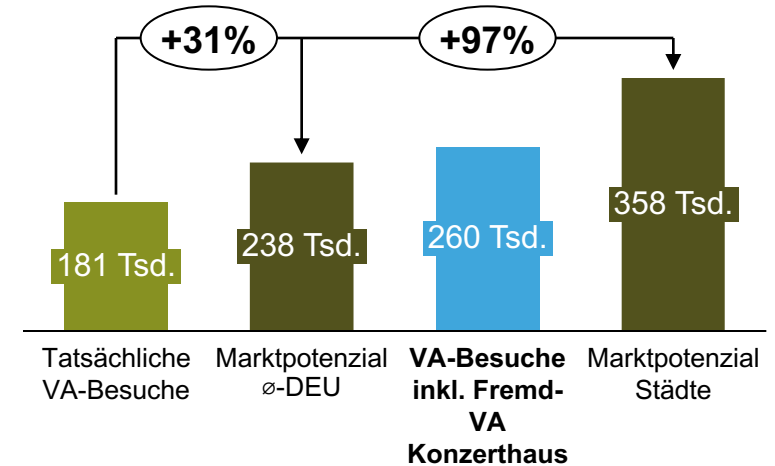
Im engeren Einzugsgebiet ist der Markt mit Fremdveranstaltungen noch nicht vollständig ausgeschöpft – Potenzial für Eigenveranstaltungen

Marktpotenzial Veranstaltungsmarkt Klassik 30 Minuten-Isochron Braunschweig



- Grundgesamtheit (mögliche Besuchende): 714.029²⁾
- Marktpotenzial Durchschnitt DEU bei 0,334 Besuchen pro Einwohnender: 238.378 VA-Besuche

- Anhand des deutschen Bundesdurchschnitts lässt sich für Braunschweig ein **Potenzial von rd. 238 Tsd.** Klassik-Veranstaltungsbesuchen¹⁾ ermitteln.
- In **Städten** herrscht ein erhöhtes Marktpotenzial, welches ca. **1,5-2 mal** so groß ist wie in der Fläche.
- Mit Blick auf **städtische Voraussetzungen** weist der Klassik-Veranstaltungsmarkt¹⁾ im 30 Minuten-Isochron ein **Potenzial von 357.567 Veranstaltungsbesuchen** auf.



- Der Klassik-Veranstaltungsmarkt¹⁾ in Braunschweig ist auch mit **potenziellen Fremdveranstaltungen nicht** vollständig ausgeschöpft.
- Es bleibt ein **Potenzial von rd. 98 Tsd.** Veranstaltungsbesuchen, welches durch **Eigenveranstaltungen** im Konzerthaus bedient werden könnte.

1) Klassische Konzerte, Oper, Operette; 2) Einwohnende älter als 10 J.; Quelle: GfK-Studie 2018.

Aus gesellschaftlichen Megatrends folgen Implikationen für Konzerthäuser – Vier Erfolgsfaktoren sind in Zukunft relevant



Digitales Angebot

- **Streaming** hat stark an Bedeutung gewonnen – moderne Konzerthäuser brauchen die technische Ausstattung, um digitale Konzerte zu ermöglichen.
- Streaming ist nur der Beginn des digitalen Konzerthauses – **immersive analog-digital verbindende Formate** werden immer häufiger.
- Beispiele: ABBA Arena London, Digital Concert Hall



Öffnung / Ganztages-Bespielung

- Veranstaltungsstätten öffnen sich weiteren Nutzungen und verstehen sich als „**Dritte Orte**“ neben der Arbeit und dem zu Hause.
- Zudem machen viele Konzerthäuser **Ganztagesbespielungen** durch Ausstellungen oder Unterrichts- und Proberäume möglich.
- Beispiele: The Sage, Philharmonie de Paris



Education / Audience Development

- Ein zielgruppenspezifisches Angebot an **Bildungsprogrammen** der Institutionen für ein breites Publikum gewinnt an Bedeutung.
- Dafür werden **spezielle Räumlichkeiten** (z. B. Educationräume, Ausstellungen) und niedrigschwellige Formate gebraucht.
- Beispiel: Elbphilharmonie



Modularität / Multifunktionalität

- **Neuen Musikformaten** und neuen Anforderungen nach Flexibilität wird durch **modulare Spielstätten** Rechnung getragen.
- Zudem wird zunehmend eine Nutzbarkeit für **kommerzielle Formate** (z. B. Kongresse) erwartet.
- Beispiele: Pierre-Boulez-Saal, Konzerthaus Dortmund



Voraussetzung: Nachhaltigkeit

Kein Erfolgsfaktor, aber eine Grundvoraussetzung ist in der Kultur insb. bei neuen Bauprojekten die Nachhaltigkeit – das betrifft Baustoffe, Betrieb und soziale Faktoren.

Verschiedene Anforderungen wurden in den Interviews formuliert – diese wurden am Markt überprüft

Anforderungen an das Konzerthaus



Saalform

Schuhschachtel-/ Weinberg-Prinzip



Modularität

Bestuhlung und Verkleinerbarkeit



Kapazität

Sitzplatzkapazität des großen Saals



Orgel

Festinstalliertes Instrument



Technische Ausstattung

Video-, Licht- und Tontechnik und Bühne

Umgang für das Konzerthaus Braunschweig

Für Braunschweig ist das **Schuhschachtel-Prinzip** mit mehreren Ebenen relevant.

Flexibilität hinsichtlich Bestuhlung nicht im Fokus. Verkleinerbarkeit des großen Saals ist relevant.

Eine adäquate Saalkapazität des großen Saals liegt bei 1.000-1.200 PAX mit ggf. Verkleinerbarkeit auf 500-800 PAX – beides muss **im Planungsprozess konkretisiert** werden.

Überprüfung, ob noch weitere Veranstaltende neben der Kirche eine Orgel benötigen.

Video-, Licht- und Tontechnik sowie Modularität der Bühne/Bühnentechnik sind **zentrale Anforderungen**. Eine Veränderbarkeit der akustischen Einstellungen muss überprüft werden.

Nutzungsmöglichkeiten für Musikvermittlung und öffentliche Gastronomie sollten bei der weiteren Planung berücksichtigt werden



- Die **Nutzung von Konzerthäusern** kann über den Konzertbetrieb hinaus zahlreiche andere Konzepte mit künstlerischen oder kommerziellen Zwecken sowie Bildungsangeboten umfassen.
- Angebote in Konzerthäusern können sich so an Zielgruppen **außerhalb des Konzertpublikums** richten.

Eine Verknüpfung von Konzerthaus und Musikschule kann ein überregionales Leuchtturm-Projekt schaffen

Allgemein



- Chance auf ein überregionales Projekt mit Strahlkraft
- Erhöhung der Standortattraktivität und Quartiersentwicklung
- Kooperationen z. B. mit Staatsorchester
- Neue Formate für Education/ Vermittlung
- Stärkung des Netzwerkeffekts
- Image Musikschule und Motivation Schüler/-innen

Dritter Ort



- Öffnung und Belebung des Gebäudes und Quartiers
- Ganztagsbespielung und Niedrigschwelligkeit
- Erschließung neuer Zielgruppen
- Verstärkung soziale Interaktion und Zugehörigkeit

Synergien

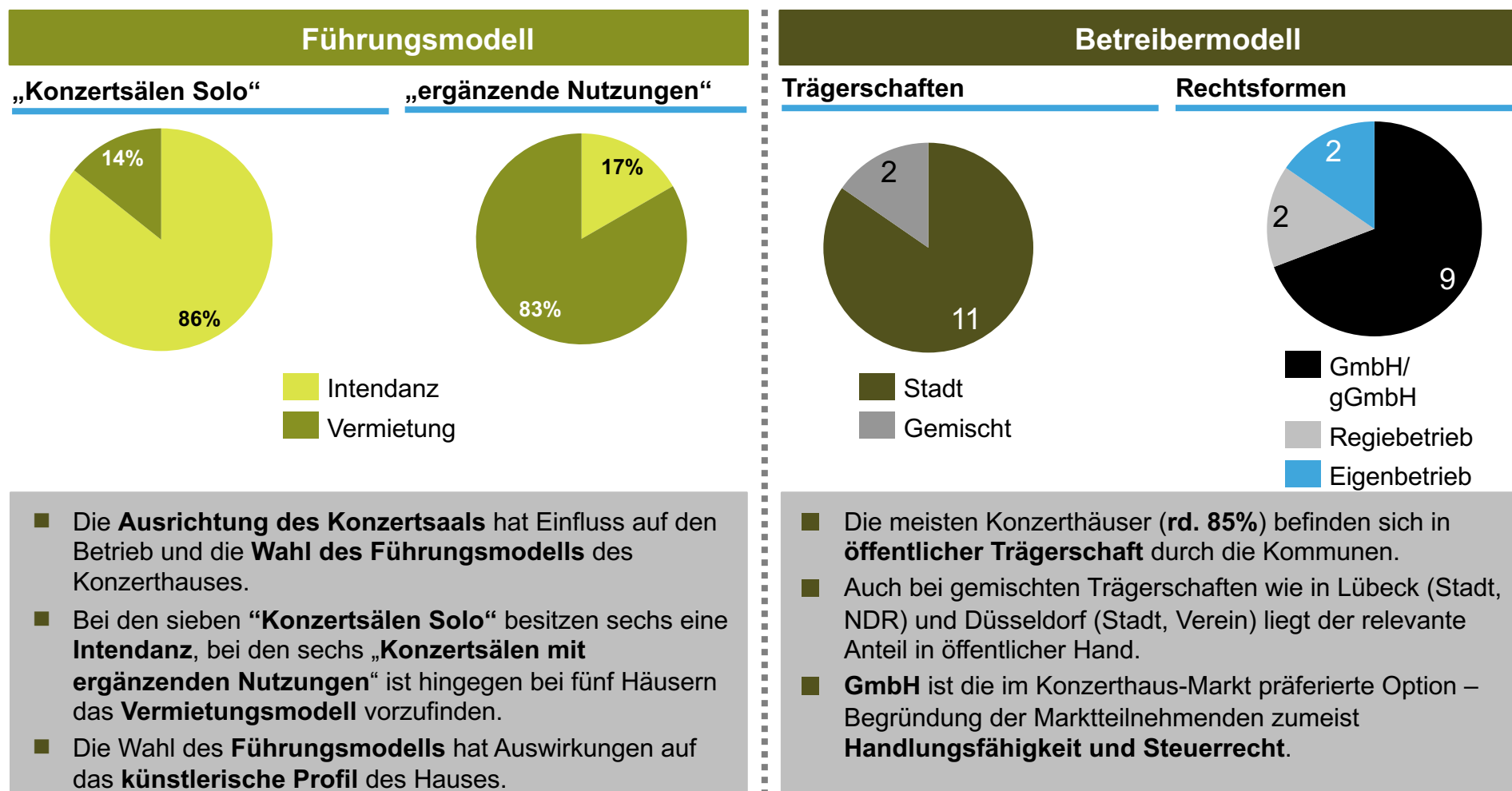


- Drittmittelbeschaffung durch weitere Förderquellen
- Personelle Synergien u.a. im Bereich Facility Management, Pforte, Sicherheit
- Infrastrukturelle Synergien z. B. durch kleinen Saal oder Proberäume

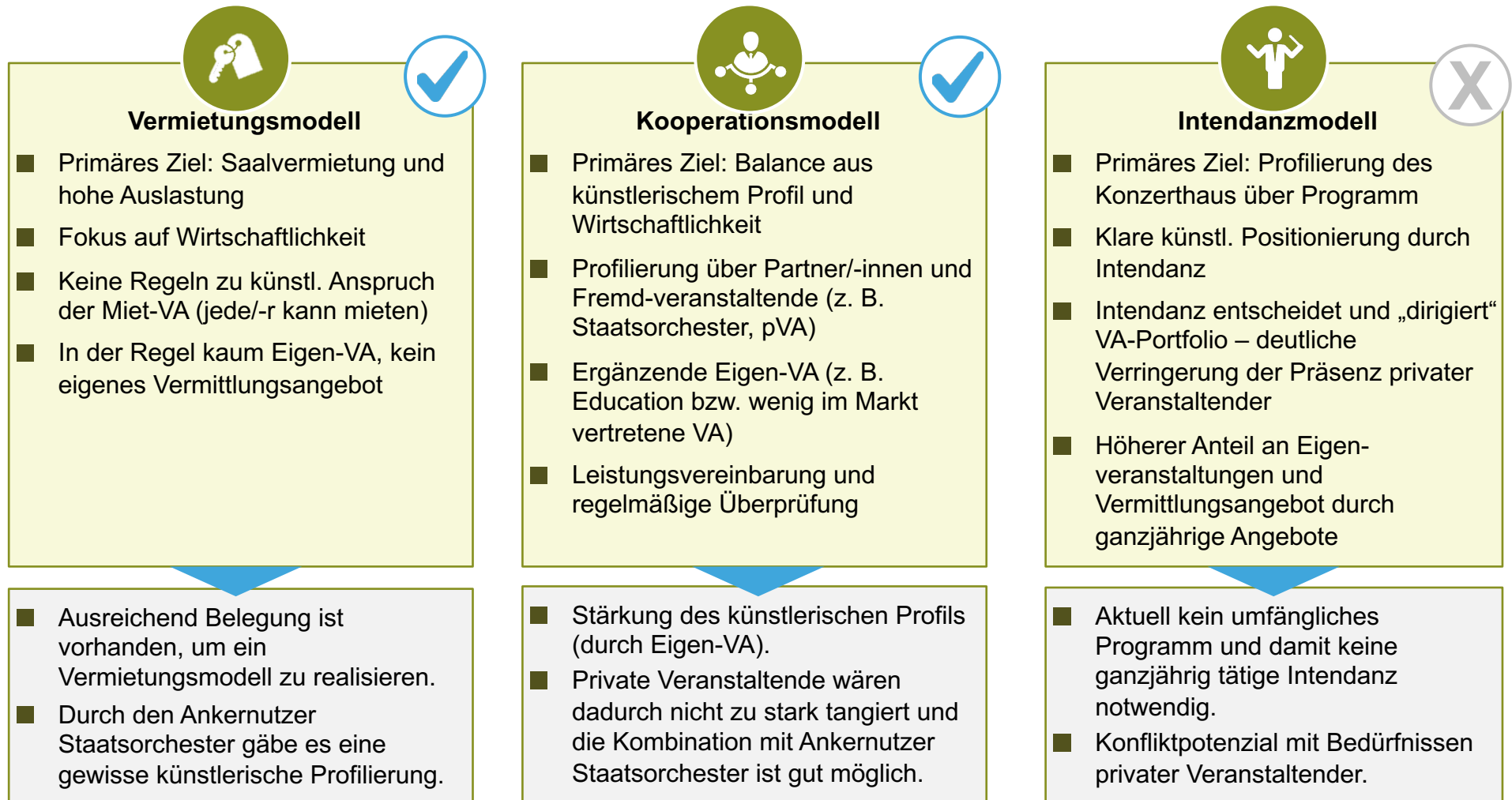
D. Betriebliche Organisation



Ausrichtung des Konzertsals hat Einfluss auf Führungsmodell – öffentliche Trägerschaft für Konzerthäuser vorherrschend



Vermietungs- oder Kooperationsmodell für Konzerthaus in Braunschweig denkbar

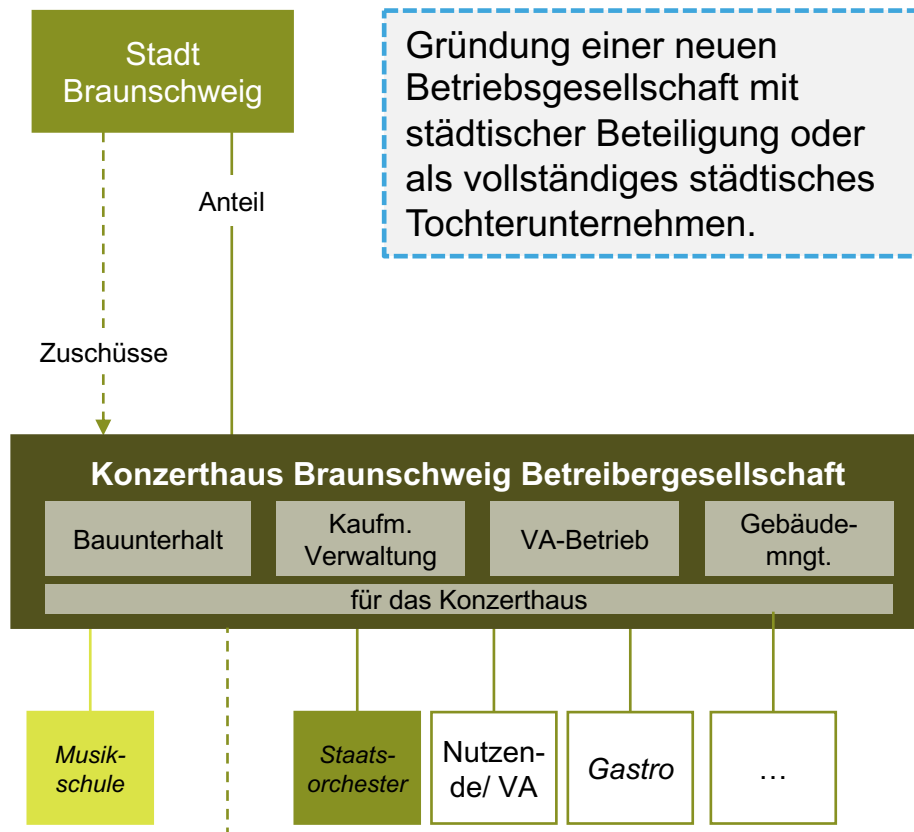


Eine eigenständige Betreibergesellschaft hat eine hohe Wirkungskraft, benötigt aber auch neue, eigene Strukturen



Beispielmodell

Eigenständige Betreibergesellschaft (Beispiel)



Vor- und Nachteile

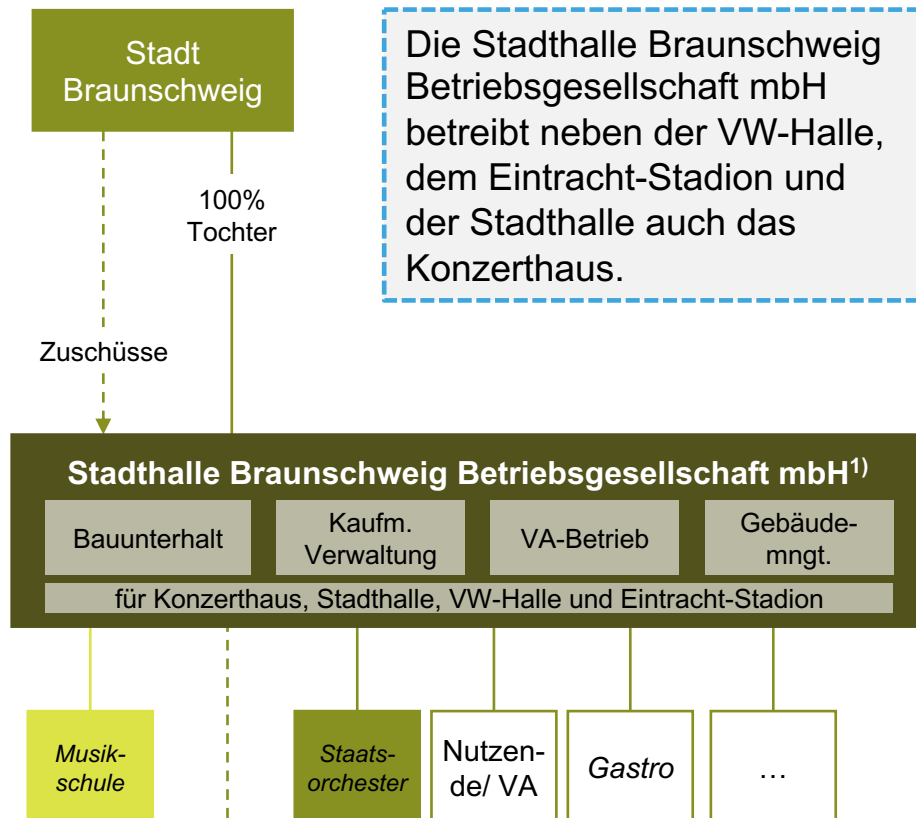
- **Hohe Bedeutung** künstlerischer Aufgabenstellungen im Betrieb.
- **Markterprobtes Modell.**
- Verschiedene **Führungsmodelle** denkbar (Intendanz oder Vermietung).
- **Größere Strahlkraft** nach außen durch eigenständigen Betrieb
- **Neue Strukturen** und eine **neue Verwaltung** mit entsprechenden Stellen und Kompetenzen muss aufgebaut werden – ggf. Doppelstrukturen zur Stadthallen GmbH.
- **Flexibilität** durch eigenständige Gesellschaft erschwert (Schwierigkeit Fachkräfte v. a. im VA-Technik zu akquirieren).

Die Angliederung an eine bestehende GmbH schafft Synergien, führt aber wahrscheinlicher ins Vermietungsmodell



Beispielmodell

Angliederung an Stadthalle (Beispiel)



Die Stadthalle Braunschweig Betriebsgesellschaft mbH betreibt neben der VW-Halle, dem Eintracht-Stadion und der Stadthalle auch das Konzerthaus.

Vor- und Nachteile

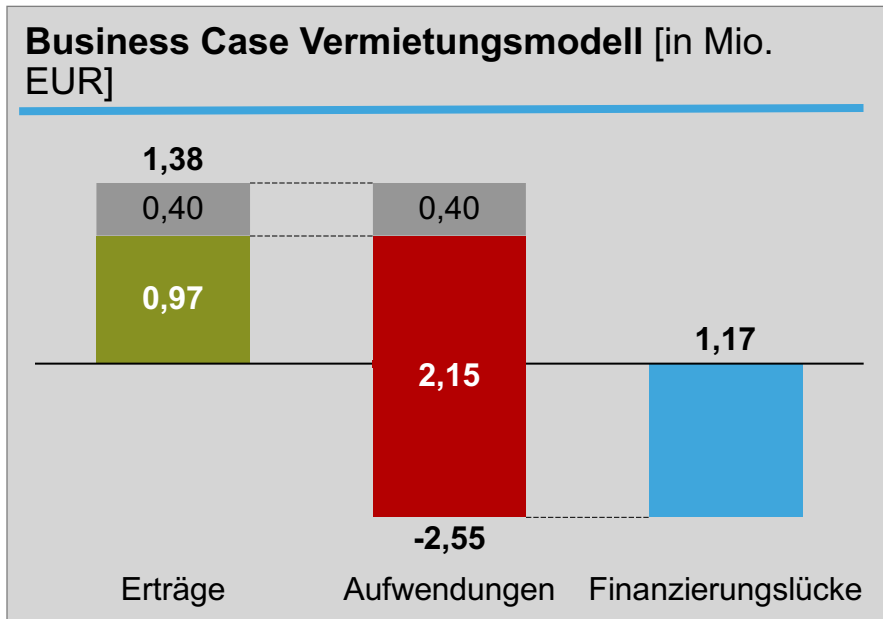
- **Bestehende Strukturen** werden genutzt und **kein zusätzlicher Gründungsaufwand**.
- Potenzial zu **Synergien in übergreifenden Tätigkeiten** (z.B. Personalorganisation)
- **Flexibles Reagieren** mit personellen und monetären Ressourcen.
- **Außendarstellung des Konzerthaus an sich** sind durch eine Integration in bestehende Betreibergesellschaft **begrenzt**.
- Mit hoher Wahrscheinlichkeit **reines Vermietungsgeschäft** ohne programmatische Ausrichtung durch eine Intendanz.
- Risiko einer **mangelnden künstlerischen Kompetenz** innerhalb der Betriebsgesellschaft: Ggf. eigene Stellenbesetzung notwendig.

1) Bestimmte Tätigkeiten werden ggf. nicht vollumfänglich für alle Immobilien erbracht.

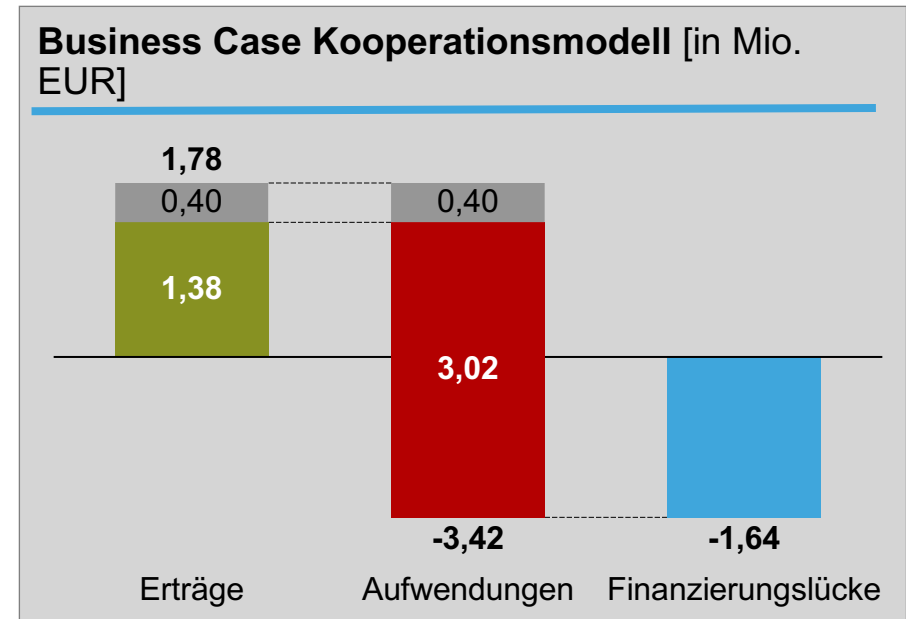
E. Betriebswirtschaftliche Auswirkungen



Das Vermietungsmodell zeigt einen jährlichen Finanzierungsbedarf im Betrieb von ca. 1,17 Mio. EUR – Kooperationsmodell bei 1,64 Mio. EUR



- Ein **Vermietungsmodell** erfordert einen jährlichen **Betriebszuschuss** von ca. **1,17 Mio. EUR**.
- Wichtigste **Einnahmequelle** sind die Erträge durch die **Vermietung der Räumlichkeiten** (63%).
- Bei den **Aufwendungen** ist rd. die **Hälfte auf Personalkosten** (18 VZÄ) zurückzuführen
- Ertrags- und aufwendungsseitig inkludiert ist die **Kostenumlage der Musikschule (0,4 Mio. EUR)**.



- Ein **Kooperationsmodell** erfordert jährlich ca. **1,64 Mio. EUR Betriebszuschuss**.
- Es wird **zusätzliches Personal** von 3 VZÄ benötigt und ein **höheres Marketingbudget** für die Eigenvermarktung eingerechnet.
- Zusätzlich werden **Einnahmen** durch ein mögliches **zweiwöchiges Festival** generiert.
- Die **Eigenfinanzierung** läge damit **bei 52%** (-2% gegenüber Vermietungsmodell).

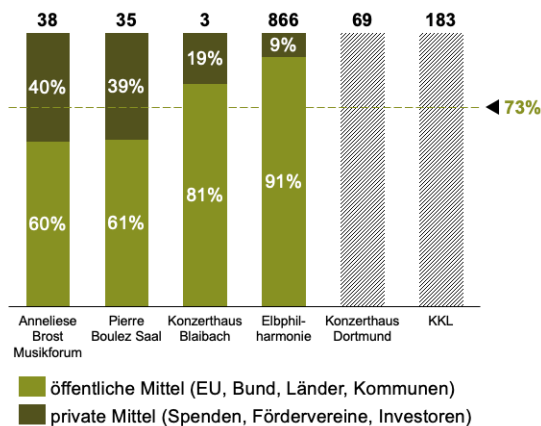
Anmerkung: Werte sind gerundet. Der Business Case basiert auf einem eingeschwungenen Zustand auf Basis aktueller Kosten- und Erlössituation.

Benchmark-Analysen zeigen, dass ohne eine Finanzierung aus öffentlicher Hand ein Konzerthaus nur schwer realisiert werden kann

Mögliche Förderverteilung



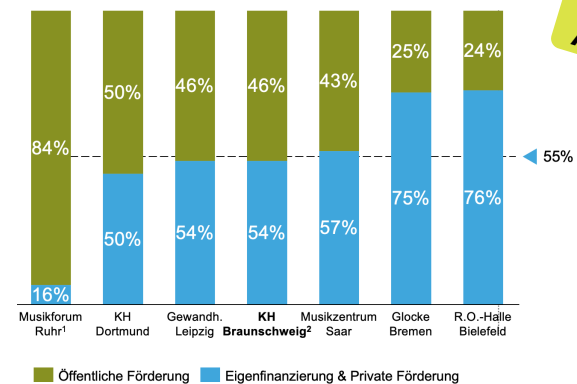
Finanzierung der Baukosten



BM-Analyse



Finanzierung des operativen Betriebs



BM-Analyse

- Baukosten werden je nach betrachtetem Beispiel **unterschiedlich** stark **privat** finanziert.
- Grundsätzlich wurden nahezu alle untersuchten Konzerthäuser zu einem **wesentlichen Anteil** aus **öffentlichen Mitteln** finanziert.
- Für ein Konzerthaus ist anzunehmen, dass ein Bau nur mit öffentlicher Unterstützung umzusetzen ist.

- Bei **Betriebskosten** werden im Schnitt rd. **55%** durch **eigene Mittel** und **private Förderungen** finanziert.
- **Daher ist für ein Konzerthaus anzunehmen, dass zusätzliche öffentliche Mittel** für den Betrieb erforderlich sind. Es entstehen nicht ausreichend **Erlöse** im Betrieb, um den Bau zu refinanzieren.

Investitionen in Kulturbauten erzeugen Sekundäreffekte – Modellrechnung geht von Faktor 3 bezogen auf Betriebskostenzuschuss aus

Berechnung Sekundäreffekte [in TEUR]

Direkte Effekte	1	Besuchseffekte	2.688
	2	Auftragseffekte	35
	3	Personaleffekte	251
+			
Indirekte Effekte	4	Multiplikatoreffekte	1.488
	5	Steuerliche Rückflüsse	101
=			
Gesamteffekte			4.563
Zuschuss der Stadt Braunschweig			1.172
Rentabilitätsfaktor			3,89

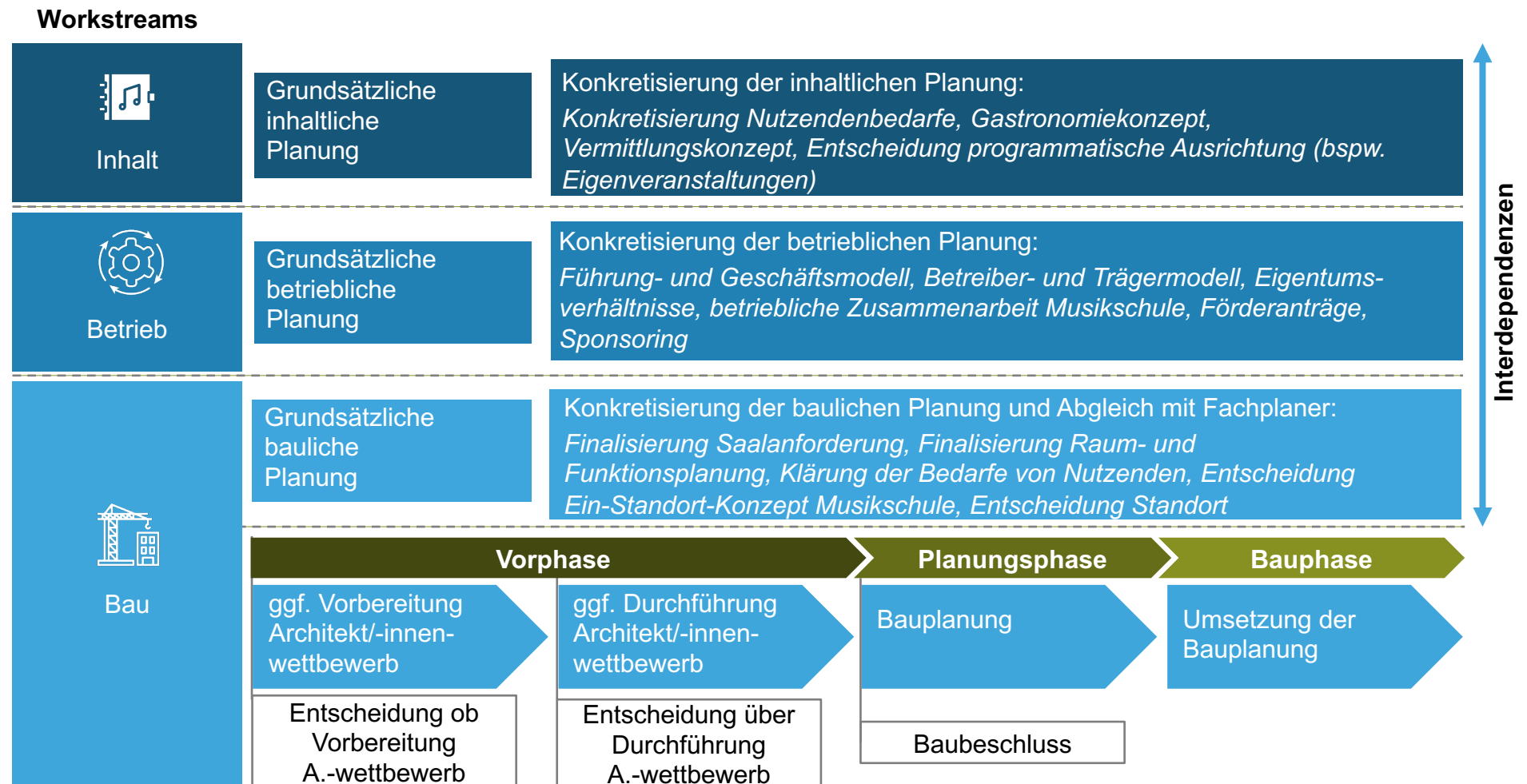
- Insgesamt belaufen sich **die Sekundäreffekte auf rund 4,6 Mio. Euro**, sie sind damit **ca. 4-fach höher** als die von der Stadt Braunschweig voraussichtlich investierten Ressourcen.
- **Direkte Effekte** machen rund **65%** der Sekundäreffekte aus:
 - Besuchseffekte berücksichtigen ausgelöste Effekte der auswärtigen Besuchenden.
 - Die Personaleffekte beschreiben die Effekte des Konsums der Mitarbeitenden eines Konzerthauses auf die lokale Wirtschaft.
 - Auftragseffekte beinhalten die durch das Konzerthaus vergebenen Aufträge an die lokale Wirtschaft.
- **Indirekte Effekte** machen rund **35%** der Sekundäreffekte aus:
 - Multiplikatoreffekte bezeichnen den Effekt, den die Mitarbeitenden, Besuchende und das Konzerthaus selbst in den Wirtschaftskreislauf eingebrachten Mittel auf die Wertschöpfung ausüben.
 - Steuerliche Rückflüsse entstehen aus den direkten Effekten mit der zugrundeliegenden Umsatz-, Gewerbe- und Einkommenssteuer.

Anmerkung: alle Werte zu Darstellungszwecken gerundet.

F. Hinweise zum weiteren Projektverlauf



Vor Baubeginn müssen die inhaltlichen, betrieblichen und baulichen Planungen konkretisiert werden



DISCLAIMER

Die Ausführungen der actori cee GmbH beruhen auf Annahmen, die aufgrund des zugänglichen Datenmaterials und der Auskünfte der jeweiligen Ansprechpartner im Unternehmen für richtig erachtet werden. Gleichwohl übernimmt die actori cee GmbH für die Richtigkeit der gemachten Annahmen sowie die darauf aufbauenden Aussagen keine Haftung.

In der vorliegenden Unterlage wird aus Gründen der leichteren Lesbarkeit auf eine geschlechterspezifische Differenzierung, wie z.B. Besucher/Innen, verzichtet. Im Sinne des Gleichbehandlungsgesetzes sind diese Bezeichnungen als nicht geschlechtsspezifisch zu betrachten.

All the statements and recommendations of actori cee GmbH are based on assumptions that are considered as correct with respect to the available data and the information given by the contact persons of the client or other sources. Nevertheless actori cee GmbH does not take liability for the correctness of the assumptions and the statements and recommendations based upon.

COPYRIGHT

Alle in dieser Dokumentation enthaltenen Strategien, Modelle, Konzepte, Ideen, Berechnungen und Schlussfolgerungen sind ausschließliches geistiges Eigentum (Ausnahme: Quellenangaben) der actori cee GmbH und urheberrechtlich geschützt. Sie werden dem Auftraggeber zu dessen ausschließlicher Nutzung zeitlich unbefristet überlassen. Alle hierin enthaltenen Informationen unterliegen der Geheimhaltung und sind nur für den Auftraggeber bestimmt. Der Auftraggeber ist nicht berechtigt, diese Dokumentation zu verändern oder außerhalb seines Unternehmens zu veröffentlichen oder zu verbreiten. Diese Bestimmung kann ausschließlich mit schriftlicher Zustimmung der actori cee GmbH abgeändert oder widerrufen werden. Mündliche Vereinbarungen besitzen keine Gültigkeit.

All the strategies, models, concepts, ideas, calculations and conclusions incorporated into this documentation are the exclusive intellectual property (except sources are referenced) of actori cee GmbH and are protected under copyright. They have been turned over to the client exclusively for his own use for an unspecified period. All information included in them is to be kept confidential and is intended for the client's eyes only. The client is not permitted to change this documentation, make it public outside his own company or disseminate it in any way. This rule may only be amended or revoked with the express written consent of actori cee GmbH. Verbal agreements shall not be deemed valid.

actori cee GmbH

Büro München
Gundelindenstraße 2
80805 München
Tel +49-89-540 447 400
Fax +49-89-540 447 499
team@actori.de

Büro Dresden
Maxstraße 15
01067 Dresden
Tel +49-351-484 319 6
Fax +49-351-484 320 9
team@actori.de

www.actori.de

Beirat:
Prof. Dr.h.c. Roland Berger
(Vorsitzender)
Sir Peter Jonas
Univ.-Prof. Dr. Dr. H.c. mult.
Horst Wildemann

Geschäftsführer:
Prof. Maurice Lausberg
Frank Schellenberg