



Die Cashpoint Arena des SCR Altach: Heute noch reines Fußballstadion und in ein paar Jahren schon eine 365 Tage Destination?

**Christoph Längle,
Geschäftsführer, CASHPOINT SCR Altach:**

„Es war ein mutiger Schritt und eine große Herausforderung sich auf das Destinationskonzept einzulassen. Gerade für einen Club wie dem SCR Altach mit überschaubarer Manpower. Wir sind sehr froh, dass wir diesen Weg mit den Profis von Steilpass gegangen sind. In einem intensiven Prozess mit kontroversen Diskussionen wurde ein für uns überaus stimmiges, individuelles Konzept ausgearbeitet. Für die Wachstumsstrategie die wir verfolgen wird die 365 Tage Nutzung des Stadions bzw. des Gesamtareals das mit Abstand wichtigste Projekt in der Zukunft sein. Uns wurden Chancen aufgezeigt, die einen Mehrwert darstellen und ein großes Monetarisierungspotenzial bieten. Sich diesem Thema zu stellen, kann ich nur jedem Club und Stadionbetreiber empfehlen.“

MONETARISIERUNGSPOTENZIALE VON SPORTANLAGEN BESSER NUTZEN

Klassische Sportdestinationen unterliegen häufig einem sehr spezialisierten, saisonalen Geschäftsmodell. Fußballstadien stehen wochenlang leer, Wintersportarenen werden gar nur an wenigen Tagen in der Hochsaison genutzt, müssen gepflegt und instand gehalten werden ohne Umsatz zu generieren. Steilpass entwickelt ausdifferenzierte Lösungen, um durch Mixed-Use die Wirtschaftlichkeit von Sporteinrichtungen und Destinationen zu steigern. Unabhängig von Wettkampftagen und sportlichen Erfolgen werden neue Ertragspotenziale erschlossen und Partner gewonnen.

Wenn man Sportinfrastruktur etwas anders denkt, breiter und mit etwas mehr wirtschaftlichem Fokus, ergeben sich daraus häufig ganz neue Möglichkeiten der Finanzierung und langfristigen Monetarisierung. Die Herausforderung für den Sport besteht darin, über den eigenen Erwartungshorizont hinaus Potenziale zu erkennen und sich diesen Möglichkeiten zu öffnen.

Grundsätzlich gilt, dass dieser Ansatz für jede Sportart und jede Vereinsgröße möglich ist. Gerade wenn der Verein klein und die sportliche Strahlkraft noch nicht in hohem Ausmaß gegeben ist, muss der Verein überlegen, welche Wachstumsimpulse er setzen kann. Es kann dabei ein Vorteil sein, wenn man nicht der FC Barcelona oder FC Bayern München ist, da man als kleiner Verein kreativer, freier und mutiger denken kann. Fehlende Markenstrahlkraft kann durch Herz und Mut kompensiert werden, z.B. in dem man sich durch ein cleveres Konzept starke Partner mit ins Boot holt.

Dabei darf der Verein/Betreiber nicht nur in den eigenen Kategorien/der eigenen Sportart denken. Visionskraft und wirtschaftsstrategische Überlegungen können Investoren und Partner gewinnen

und das gesamte Projekt erreicht dadurch eine höhere Wirtschaftlichkeit. So z.B. bei der Vision "Vorarlberg Arena" des SCR Altach, der das Stadion und die angrenzende Fläche durch ein sektorenübergreifendes Gesamtkonzept zu einer wirtschaftlich ertragsfähigen 365 Tage Destination entwickeln will.

Durch intelligente, sektorenübergreifende Verknüpfung von Sport, Unterhaltung, Gewerbe und anderen Nutzungsformen optimiert Steilpass auf unterschiedlichen Ebene die wirtschaftliche Ertragskraft durch die Generierung zusätzlicher Nutzungspotenziale bis hin zur Integration des räumlichen Umfelds. Die Erschließung neuer Potenziale ist dabei unabhängig von der Größe des Projekts und reicht von der Mischnutzungsstrategie eines Gebäudes bis hin zur kompletten 365 Tage Sport Destination.

Je besser das Erlebnis, desto größer die Möglichkeiten!

NEUGIERIG, WELCHE POTENZIALE IN IHREM VEREIN SCHLUMMERN?



Steilpass
the brand experience consultants

Weitere Informationen unter:

Steilpass

Jens Leonhäuser

www.steilpass.com

jens.leonhaeuser@steilpass.com

0711 46059-622