



Unternehmen

Eine halbe Stunde für Essenstransport

Der Song Contest mit 40 Teilnehmerländern bringt heimischen Firmen gute Einnahmen, ist aber in erster Linie ein Werbeaushängeschild für Caterer, Techniker und Co.

WIEN. Anspannung lässt sich Cateringchef Christian Chytil nicht anmerken: Wenn heute das erste Semifinale des Eurovision Song Contest ausgetragen wird, dann bekocht sein Unternehmen Impacts Catering in der Wiener Stadthalle 3000 internationale Gäste im VIP-Bereich – mit 125 Gerichten von Käsespätzle bis hin zu Wiener Schnitzeln.

Als größte Herausforderungen bezeichnet der Impacts-Geschäftsführer „die riesigen Mengen, die Saisonalität der Produkte sowie die Sicherheitsanforderungen“. Täglich bekommt das Wiener Unternehmen zweimal eine halbe Stunde Zeit, um Hunderte Kilo Fleisch, Gemüse oder Obst anzuliefern. „Jedes Wagerl wird von Bombenhunden durchsucht. Die Sicherheitskontrollen ähneln jenen auf dem Flughafen“, sagt der Unternehmer, der vor Ort 250 Mitarbeiter beschäftigt.

Taschen, Beeren & Konfetti

Der zweiwöchige Song-Contest-Auftrag wird Chytil einen Umsatz von rund einer halben Million € bringen, über das gesamte Jahr erwirtschaftet der Caterer etwa neun Millionen € Umsatz. „Es geht uns vor allem um die Reputation und darum, bei Green Events eine Vorreiterrolle einzunehmen“, sagt Chytil.

Denn zum ersten Mal in der 60-jährigen Geschichte wird das Musikevent heuer als Green Event abgehalten. Für die gastronomische Versorgung heißt das, dass vom Zuckerstreuer bis zum Dessertteller nur abwaschbares Geschirr eingesetzt wird. Man setzt auf Biolebensmittel und Ware aus Österreich. „Wir telefonieren mit Erdbeerbauern im Burgenland, um herauszufinden, wann ihre Früchte reif sind“, berichtet Chytil.

Die Green-Meeting-Anforderungen erfüllen musste auch Katharina Duteil, Verkaufsdirektorin bei Schneiders Vienna. Der Taschen- und Rucksackhersteller mit 30 Mitarbeitern fertigte 6000 Song-Contest-Taschen, die gefüllt mit Infomaterial an Delegierte und Journalisten verteilt werden. „Wir erhoffen uns dadurch in Zukunft Folgeaufträge“, sagt Duteil.



Die Wiener Stadthalle ist vom 19. bis 23. Mai Schauplatz des 60. Eurovision Song Contest. Insgesamt finden dort zwölf Shows statt.

Die Austragung des Song Contest wird einer IHS-Studie zufolge Österreich eine Bruttowertschöpfung von mehr als 38 Millionen € bringen – davon entfallen 27,8 Millionen € auf Wien.

Auch wenn Aufträge rund um Bühnenaufbau, Licht und Ton – „aus Kapazitätsgründen“, wie Song-Contest-Organisator Pius Strobl betont – großteils an internationale Firmen vergeben wurden, so kommen doch auch zahlreiche heimische Betriebe zum Einsatz: Die Wiener Firma Pyro FX liefert Bodennebel, Wind und Konfetti. Sound Art Service Tontechnik wird sich mit 15 Personen um die Beschallung der Stadthalle kümmern. Für die Sicherheit zuständig sind die Firmen Wagner Sicherheit und Group 4 Security. Als Kooperationspartner werden allerorts Almdudler, Ottakringer, Manner, Kelly's oder der Fleischverarbeiter Landhof präsent sein.

CLAUDIA PEINTNER
claudia.peintner@wirtschaftsblatt.at

Zahl

25

Millionen Euro Kosten. Der ORF als Veranstalter des Events rechnet mit rund 200 Millionen Fernsehsehern und mit Gesamtkosten von 25 Millionen €. Davon sollen zehn Millionen € durch Ticketeinnahmen, Teilnahmegebühren der antretenden Länder und Sponsoring herkommen. Von den 11,7 Millionen €, die die Stadt Wien beisteuert, entfallen 8,89 Millionen € auf die Stadthalle, unter anderem für Miete inklusive Personal, Energiekosten und Abschlagszahlungen an Veranstalter.

Immobilien

Wienwert baut auf servicierte Appartements

Rechtzeitig zum Song Contest stellt das Immo-KMU 21 neue Appartements fertig. Heuer sollen es 100 werden.

WIEN. Im Haus Getreidemarkt 10 laufen die Arbeiten auf Hochtouren: „Wir müssen rechtzeitig zum Song Contest fertig sein, denn dank dieses Topevents haben wir schon Vorbuchungen über 100.000 €“, sagt Wienwert-Geschäftsführer Nikos Bakir. Der Immobilienentwickler, eigentlich ein Spezialist für Vorsorgewohnungen und Altbausanierungen mit Kapital privater Anleger in der Bundeshauptstadt, stellt gerade 21 servicierte Appartements fertig, die über Internet-Plattformen an Touristen vermietet werden. Während die Zielgruppe für solche komplett eingerichteten kleinen Wohnungen für Kurzmieter früher aus Scheidungopfern und Expats bestanden hat, füllen sie in der Beherbergung heute genau die Marktlücke zwischen Hotelzimmer und Airbnb.

„Das ist dem Siegeszug der Buchungsplattformen im Internet zu verdanken“, sagt Bakir. „Auch unsere Kunden kommen hauptsächlich über solche Websites.“ Entscheidend seien im Internet Weiterempfehlungen von zufriedenen Gästen sowie der Preis – mit rund 120 bis 140 € pro Tag sind die Appartements gerade bei Familien beliebt.

Wienwert betreibt bereits ein Haus mit neun Appartements in der Wiedner Hauptstraße und hat gerade das Hotel Fürstenhof vis-à-vis dem Westbahnhof erworben, wo im Dachgeschoß auf 1200 Quadratmetern 30 Einheiten entwickelt werden; die Hotelflächen darunter bleiben, denn das Hotel läuft sehr gut. Auf der Mariahilfer Straße sei Wienwert gerade dabei, sich ein weiteres Objekt mit Flächen für 40 neue Appartements zu sichern, sagt

Bakir: „Unser Ziel ist, bis Jahresende auf 100 servicierte Appartements zu kommen.“

Millionen investiert

Wienwert hat 7,9 Millionen € für den Altbau am Getreidemarkt gezahlt, der bis zum Dachgeschoß mit Büroflächen gefüllt wird. In den Ausbau flossen sechs Millionen €. „Die Mehrkosten der Errichtung von solchen Appartements im Vergleich zu einer Wohnnutzung betragen etwa 20 Prozent“, sagt Bakir. Dafür sorgen Auflagen, die aufgrund der notwendigen Hotelwidmung besonders streng sind.

Dank des Mehrertrags rechnet sich die Investition: Eine Wohnung bringt rund 14 € pro Quadratmeter im Monat, die Appartements um rund 40 Prozent mehr. „Außerdem gibt es keinen Mietvertrag, was die Flexibilität der Anleger erhöht“, sagt Bakir. So könne man später einzelne Appartements verkaufen – dank der Adresse im ersten Bezirk zu attraktiven Preisen. (ex)



Der Song Contest bringt Wienwert-Chef Nikos Bakir viele Buchungen.

Tourismus

Es gibt noch freie Zimmer in allen Kategorien

WIEN. Der Song Contest sollte auch für den Wiener Tourismus ein Highlight werden – ist er auch, allerdings langfristig gesehen. Wie Vera Schweder, Sprecherin des Wien Tourismus, dem WirtschaftsBlatt bestätigt, gibt es in der Song-Contest-Woche noch freie Zimmer in allen Hotelkategorien. „Erst hat es geheißt, rund um den Song Contest wird ganz Wien voll sein. Jetzt ist es so, dass die anderen Mai-Wochenenden stärker gebucht sind“, sagt auch Michaela Reitterer, Präsidentin der Hoteliersvereinigung ÖHV und Betreiberin des Boutiquehotels Stadthalle Wien. Die Buchungslage für den Song Contest selbst sei derzeit „nicht aufregend, aber gut“.

Was Reitterer aber unterstreicht: „Wien hat die Chance Song Contest zu hundert Prozent genutzt. Wir bekommen ein unglaublich positives Feedback von den Delegationen. Alle sind vom Charme der Stadt, von der Gastfreundschaft der Wiener und dem, was in der Stadt rund um den Song Contest abgeht, überrascht.“ Schweder ergänzt: „Der praktisch weltweite Wettbewerb für die Destination Wien durch den Song Contest ist etwas, was in Geld gar nicht beziffert werden kann.“ Das soll sich langfristig auswirken.

Trips für 1700 Journalisten

Rund 3000 Personen sind für den Song Contest direkt akkreditiert, 1700 davon sind Journalisten. „Und die berichten ja nicht nur über das Event selbst, sondern auch über die Destination“, sagt Schweder. Wien Tourismus hat daher ein Paket von „Trips for Free“ geschnürt, die Wien den internationalen Berichterstattern näherbringen soll. Rund 2000 Buchungen für diese Trips gibt es bereits. Das Angebot reicht vom Opernbesuch bis zu Bungee Jumping vom Donauturm. (vorm)



Die größte Herausforderung sind die riesigen Mengen und die Sicherheitsanforderungen.

Christian Chytil

Geschäftsführer Impacts Catering