



**Potenzialanalyse  
International Center for Music &  
Sounds (ICfM&S)  
Kurzfassung**

Bremen/Hamburg im April 2021

# Agenda

## Potenzialanalyse International Center for Music & Sounds

- Projekthintergrund
- Konzeptansatz
- Gespräche mit Expertinnen und Experten
- Standortanforderungen und mögliche Standorte
- Besuchsprognose
- Ökonomische und organisatorische Fragestellungen
  - Flächenprogramm
  - Investitionskostenschätzung
  - Laufender Betrieb
  - Träger-Betreiber-Modell
- Zusammenfassung
- Ausblick

# Projekthintergrund

## Potenzialanalyse International Center for Music & Sounds



### Definition ICfM&S

- Sichtbarmachung der **stark ausgebildeten Hörkompetenz Hannovers** an einem Ort
- **Schaffung eines Erlebnisortes** zu den Themen Musik, Hören, Schall, Klang und Akustik
  - ... zur **Stärkung des Alleinstellungsmerkmals** und der **thematischen Bedeutung** für Landeshauptstadt und Region Hannover
  - ... mit **identitätsstiftender Wirkung** für Einwohner und Netzwerkpartner

### Gegenstand der Potenzialanalyse

- Prüfung der Möglichkeiten und Einschätzung des Potenzials für ein ICfM&S (Trag- und Zukunftsfähigkeit)
- Durchführung von Gesprächen mit Expertinnen und Experten
- Konzeptanalyse und -schärfung
- Standortbetrachtung
- Organisatorische und ökonomische Fragestellungen

# Projekt

International Center for Music & Sounds



# Argumente für ein ICfM&S

## Potenzialanalyse International Center for Music & Sounds

### Was spricht für den Standort Hannover?

- **Vielzahl bedeutsamer musiktechnischer Innovationen** (von der Langspielplatte bis hin zu 3D-Sound)
- **Stark ausgebildete Hörkompetenz**
- **Vielzahl von Partnerinnen und Partnern** aus Bildung, Gesundheit, Kultur, Wirtschaft und Wissenschaft (international führende Unternehmen)
- „Ort der Vernetzung“
- **UNESCO City of Music** (seit 2014)
- Standort Netzwerk **Hörregion** (seit 2016)

- Neben den thematischen Gründen und den aktuellen Entwicklungen besitzt Hannover **im Vergleich zu anderen Städten** mit den Themen Hören und Musik **eine hohe Alleinstellung**, die für die **Umsetzung eines Erlebnisortes** sprechen.
- Hannover braucht **dauerhaft neue Attraktoren und Highlights** (permanent und temporär) **im Wettbewerb der Städte** untereinander (Wirtschaftskraft und Lebensqualität).
- Das ICfM&S kann hier **zur weiteren Profilierung** beitragen und v. a. die Kompetenzen und Besonderheiten der Region an einem Ort sichtbar machen.

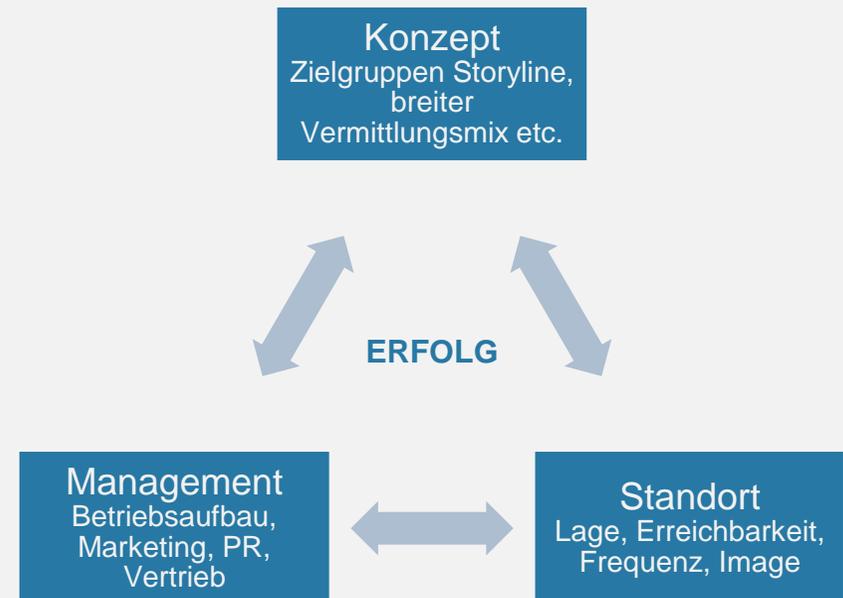
### Welche Ansatz- und Diskussionspunkte bewegen aktuell Hannover Stadt und Region?

- Fehlende touristische Highlights und Infrastruktur
- Veränderung des für Hannover prägenden Messegeschäfts
- Kulturentwicklungsplan 2030 (Kultur sichtbar und erlebbar machen)
- Konsequenzen aus der gescheiterten Bewerbung zur Kulturhauptstadt
- Konzepte für eine zukunftsfähige Innenstadt und den öffentlichen Raum (Innenstadtverödung, Beibehaltung von Frequenzen, Neubelebung Handel)

# Konzeptansatz ICfM&S

## Potenzialanalyse International Center for Music & Sounds

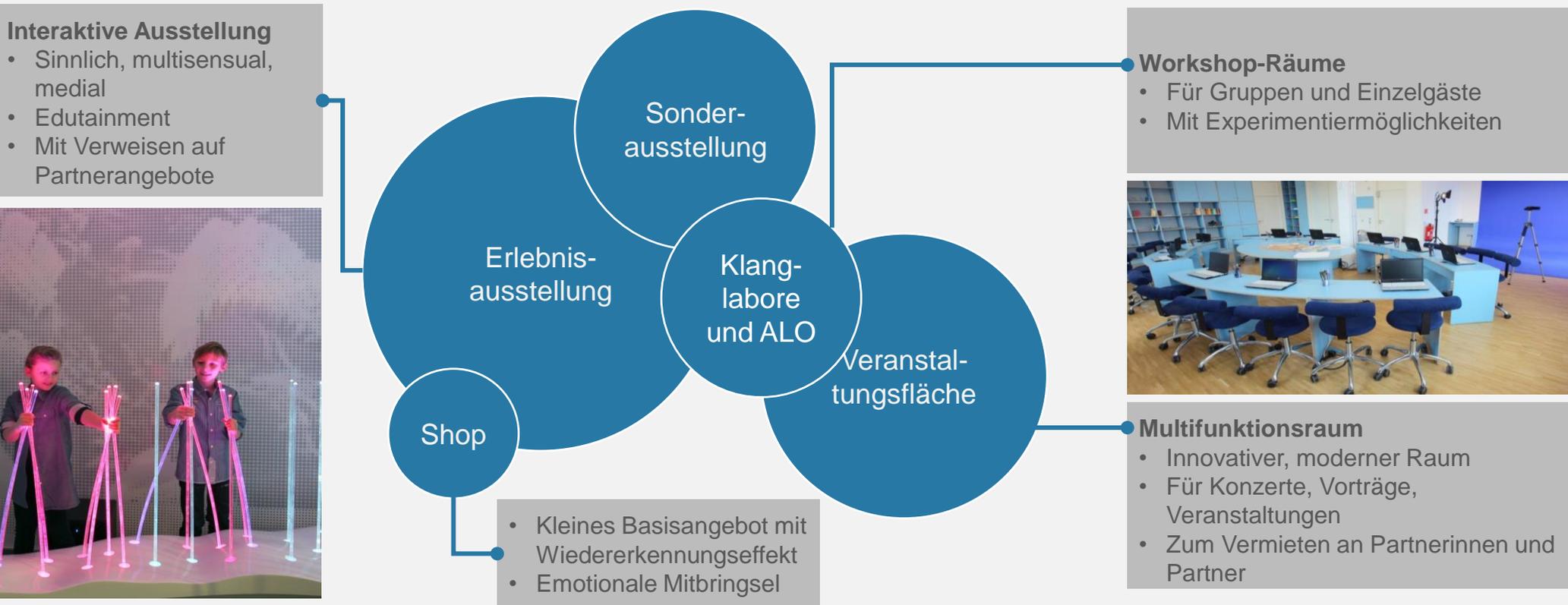
- Konzeptschärfung anhand Bewertung vorhandener Konzeptideen
  - UNESCO House of Music (Kulturbüro)
  - Haus des Hörens (Hörregion)
  - Konzeptidee (Peter Androsch)
- Berücksichtigung Konzeptidee „**backward//PLAY//forward**“ (BPF) der Deutschen Rockmusik Stiftung zur Vermeidung von Dopplungen und Überschneidungen
- Ergänzung durch
  - Faktoren für erfolgreiche Projektentwicklungen (Kultur-, Erlebnis-, Freizeitangebote) bzw. Besucherattraktionen
  - Benchmark-Analyse
  - Ansätze aus den Gesprächen mit den Expertinnen und Experten



# Konzeptansatz ICfM&S

## Potenzialanalyse International Center for Music & Sounds

Das ICfM&S setzt sich aus verschiedenen Bausteinen zusammen:



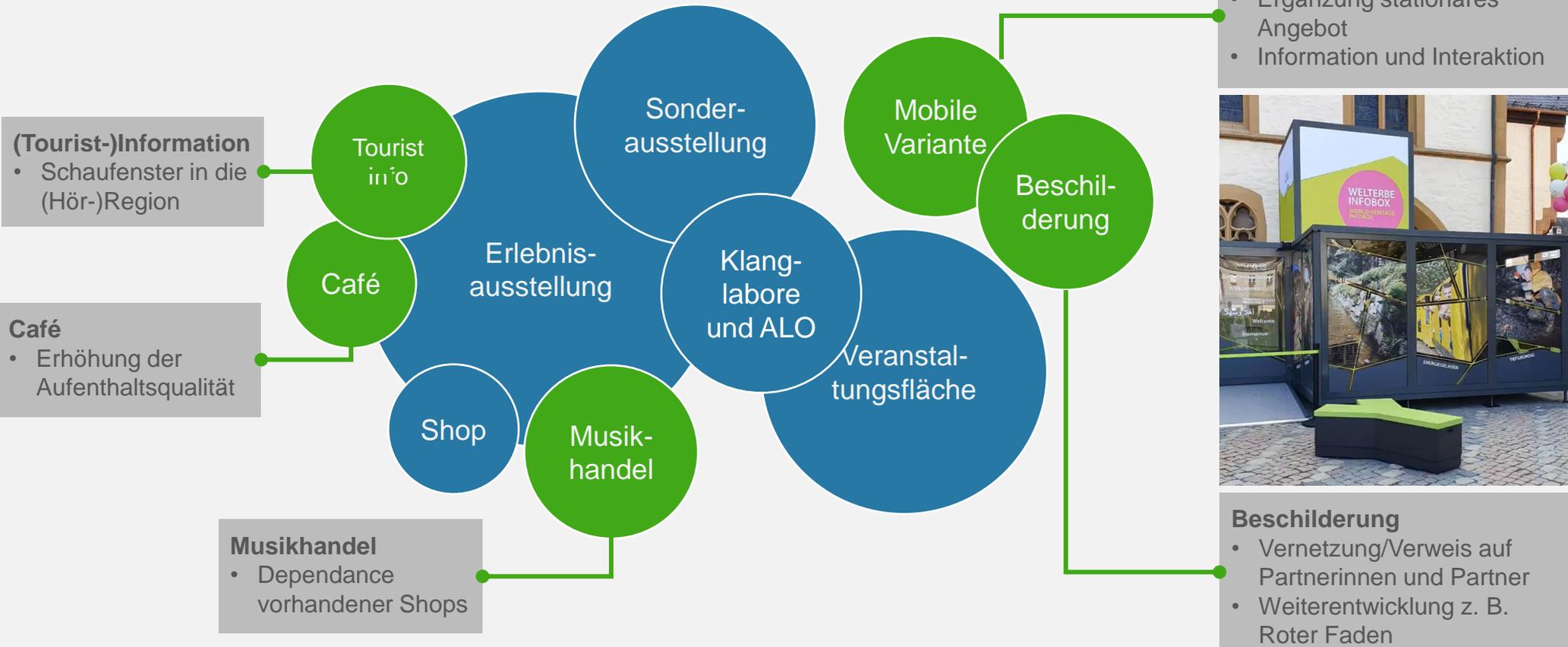
→ Das ICfM&S fungiert als **To(h)r zur Musikstadt Hannover** und als Bindeglied bzw. **Kristallisationspunkt für die Partnerinnen und Partner** vor Ort.

→ Wichtig ist die **Schaffung eines dauerhaft lebendigen Ortes** durch Veranstaltungen, Vorträge etc. inkl. regelmäßiger Neuerungen im Bereich Ausstellung (und Sonderausstellung).

# Konzeptansatz ICfM&S

## Potenzialanalyse International Center for Music & Sounds

Hinzu kommen weitere optionale Bausteine:



→ Durch weitere optionale Bausteine könnte das ICfM&S zu **begehbarem „Kulturhaus“** und **Erlebnisort mit Vernetzung in Außenraum** entwickelt werden.

# Gespräche mit Expertinnen und Experten

## Potenzialanalyse International Center for Music & Sounds

Durchführung von insgesamt **zehn Gesprächen mit Expertinnen und Experten** aus der Region Hannover:

1. Prof. Dr. Eckart Altenmüller, Institutsleiter Musikphysiologie und Musikergesundheit und Vizepräsident Wissenschaft HMTHM
2. Hans Christian Nolte, Geschäftsführer HMTG
3. Kay de Cassan, Fachbereichsleiterin Wirtschaft  
Wolfgang Schatz, Fachbereich Wirtschaft  
Markus Berg, Fachbereich Wirtschaft
4. Holger Maack, Vorsitzender Deutsche Rockmusik Stiftung  
Gunnar Gessner, MusikZentrum Hannover, Projektleitung BPF
5. Dr. Verena von Puttkamer, Vorsitzende Internationale Hörstiftung  
Prof. Dr. Thomas Lenarz, Direktor Deutsches HörZentrum und HNO-Klinik der MHH
6. Christine Preitauer, Geschäftsführerin kre/H/tiv Netzwerk
7. Dr. Martin Kinkel, Leiter Forschung & Entwicklung KIND Hörgeräte
8. Doris Petersen, Geschäftsführerin hannoverimpuls
9. Dr. Andreas Sennheiser, Geschäftsführer Sennheiser electronic
10. Janine Dersch, Market Access Manager Germany Cochlear



\* Ein angedachtes Gespräch mit Herrn Meine (Scorpions) konnte leider aufgrund Terminschwierigkeiten nicht geführt werden.

# Gespräche mit Expertinnen und Experten

## Potenzialanalyse International Center for Music & Sounds

**„Es braucht einen Ort mit Charme und hoher Verweilqualität.“**

Dr. Andreas Sennheiser,  
Geschäftsführer Sennheiser electronic

**„Hannovers interdisziplinäres Netzwerk zum Thema Hören ist Weltklasse.“**

Janine Dersch, Market Access  
Manager Germany Cochlear

**„Die Ballung all dieser Aspekte an einem Ort ist national – sogar global – einzigartig.“**

Dr. Martin Kinkel, Leiter Forschung und Entwicklung KIND  
Hörgeräte

**„Ein großartiges Projekt, das als Leuchtturm fungieren kann – wenn alle Beteiligten an einem Strang ziehen.“**

Doris Petersen, Geschäftsführerin hannoverimpuls

**„Hannover klingt.“**

Prof. Dr. Eckart Altenmüller,  
Institutsleiter Musikphysiologie und  
Musikergesundheit HMTM

ICfM&S

**„Hannover ist die Region, in der das Thema Hören und Musik präsent ist. Und die einzige Hörregion in Deutschland.“**

Prof. Dr. Thomas Lenarz, Direktor Deutsches  
HörZentrum

**„Hannover lebt von der Vielfalt und der Breite des Musizierens auch heute noch.“**

Holger Maack, Vorsitzender Deutsche  
Rockmusikstiftung

**„Hannover braucht Attraktoren. Hannover ist die Stadt des Hörens und braucht ein Label dafür, mit dem gemeinsam geworben werden kann.“**

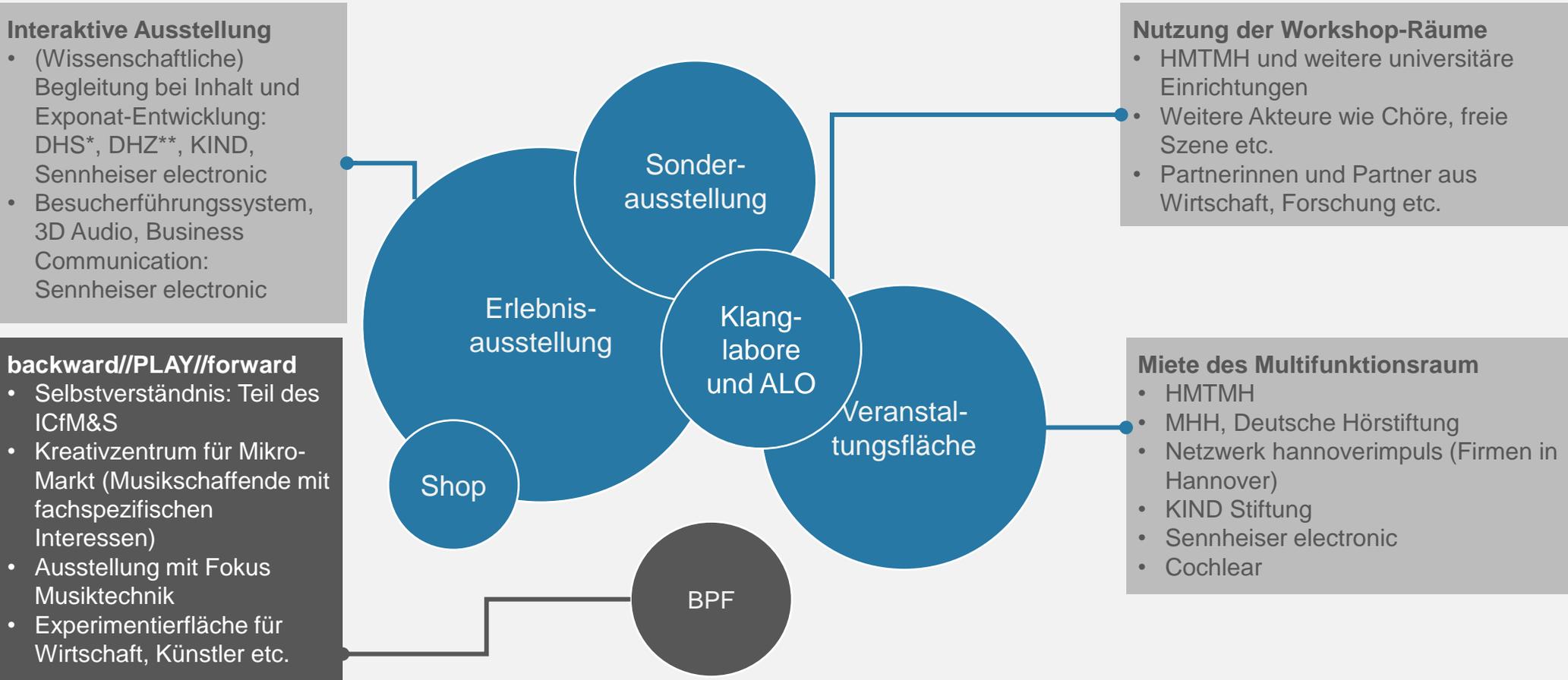
Dr. Verena von Puttkamer,  
Vorsitzende Internationale Hörstiftung

**„Die Ausstellung muss ein Publikumsmagnet sein. Hannover hat Weltbands (wie die Scorpions) vorzuweisen, ist aber selber sehr unaufgeregt.“**

Hans Christian Nolte, Geschäftsführer HMTG

# Gespräche mit Expertinnen und Experten

## Potenzialanalyse International Center for Music & Sounds



→ Die Expertinnen und Experten zeigen eine **hohe grundsätzliche Kooperationsbereitschaft** für das Projekt.

# Standortanforderungen

## Potenzialanalyse International Center for Music & Sounds

### Was braucht ein Standort aus Sicht der Expertinnen und Experten?

- Standort mit **hoher Identifikationskraft** und **repräsentativem Charakter**
- Standort mit **Innenstadtbezug und -anbindung**, aber auch am Rande der Innenstadt
- Standort mit **hoher Aufenthaltsqualität und Freizeitwert**
- Standort mit **hohem touristischem Wert**
- Standort mit **räumlicher Anbindung an bestehende Kultureinrichtungen/Freizeitareale** vor Ort (z. B. Sprengel Museum, Landesmuseum, Historisches Museum, Maschpark/Maschsee) zur Schaffung von Synergieeffekten

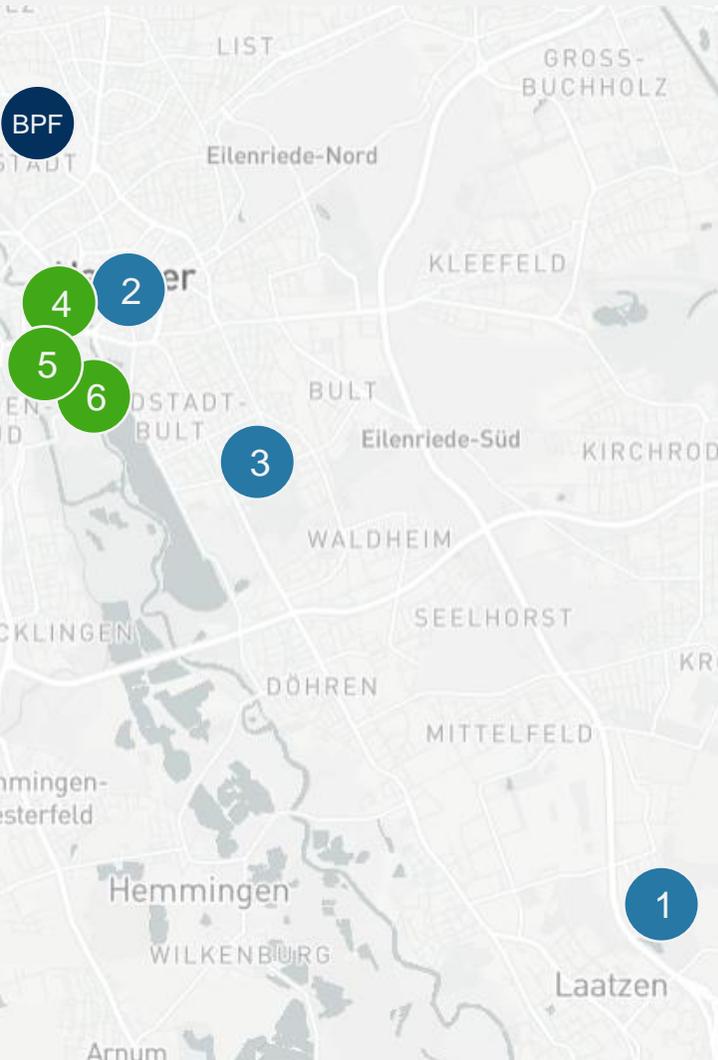
### Was braucht ein Standort aus Sicht der Gutachter?

Kriterien	Anmerkungen	Prio
Lage	• <u>Authentische Lage</u> , passend zum Thema	1
Verkehrliche Anbindung und Parken	• Einfache Erreichbarkeit (ÖPNV und Individualverkehr und Radverkehr) • Möglichkeiten Schaffung Stellplatzangebote	1
Nachfragepotenzial und Frequenzen	• Hohe Einwohner- <u>und</u> Touristenpotenziale • Frequenzstarker Standort (Einwohner und Touristen)	1
Image und Freizeitwert	• (Positives) Image, wenn möglich bereits „gelernter“ Freizeitstandort	2
Sichtbarkeit	• Gute Sichtbarkeit	2
Synergien und Umfeld	• Möglichkeit zur Vernetzung zu anderen thematischen Einrichtungen im Umfeld	2
Wettbewerb	• Möglichst wenig Wettbewerber, aber gleichzeitig Angebote zum „Anknüpfen“	2
Erweiterungsmöglichkeiten	• Verfügbarkeit von genügend Erweiterungsflächen	2
Umfeldentwicklung	• Abstimmung mit zukünftigen Umfeldentwicklung	3

→ Wichtige Kriterien für Standortwahl: **zentrale Lage mit Sichtbarkeit** und nach Möglichkeit **Synergien im Umfeld, gute Anbindung** (ÖPNV, MIV, Parkplätze) und **positives Image mit hohen Frequenzen** („gelernter Freizeitort“).

# Mögliche Standorte (exemplarisch)

## Potenzialanalyse International Center for Music & Sounds



- Nähere Betrachtung der Standorte 1 bis 3 im Rahmen der Potenzialanalyse
- Standorte 4 bis 6 als weitere mögliche Standorte aus dem Kontext der Kulturhauptstadt-Bewerbung, die als weitere Standorte geprüft werden könnten

### Betrachtete Standorte

- |   |   |
|---|---|
| 1 | Expogelände (Deutscher Pavillon)              |
| 2 | Innenstadtlage (vormals Karstadt-Gebäude)     |
| 3 | Innenstadt-Randlage (Pädagogische Hochschule) |

### Weitere optionale Standorte (in der Folge zu vertiefen)

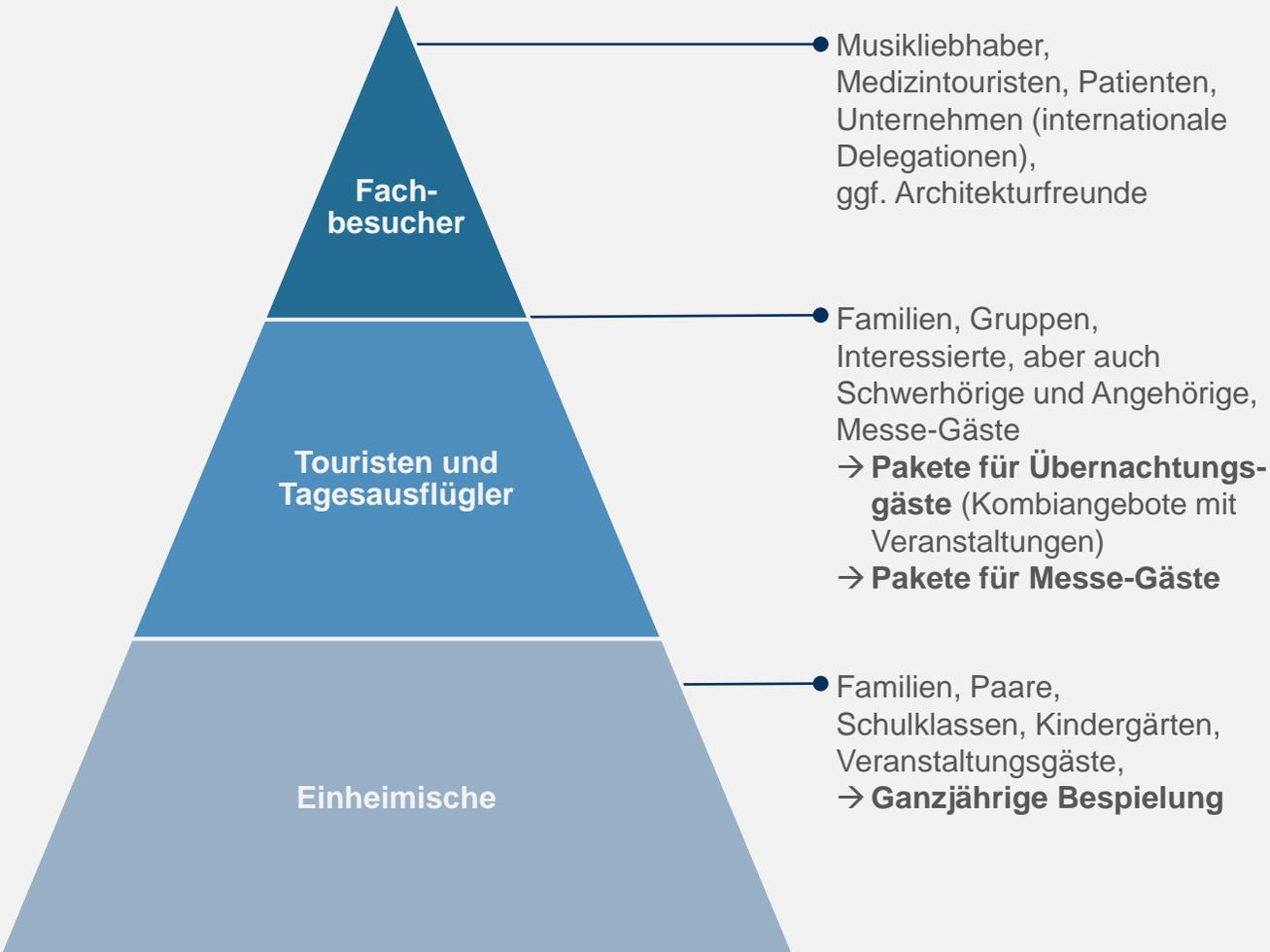
- |   |               |
|---|---------------|
| 4 | Leibnizufer   |
| 5 | Waterlooplatz |
| 6 | Maschpark     |

- Der **Innenstadtstandort** weist die **höchste Eignung** gemäß der vorherigen Prämissen auf.
- Die konzeptionelle Ausrichtung besitzt großen Einfluss auf die spätere konkrete Standortwahl.

# Mögliche Zielgruppen

## Potenzialanalyse International Center for Music & Sounds

Mögliche Zielgruppen des ICfM&S und Verteilung:



Doktor Dezibel



Jan Jam



Horst Hörmann



Frank Familienvater



Sophie Schule



Eva Events



# Besuchsprognose

## Potenzialanalyse International Center for Music & Sounds

- Erwartung von rund **125.000 bis 150.000 Jahresgästen** (im typischen Betriebsjahr je nach Szenario) inkl. **Veranstaltungsgäste** von rund **15.000 bis 20.000 Gästen p. a.**
  - Grundsätzlich vorhandene Möglichkeit der Aktivierung von Gästen aus dem weiteren Einzugsgebiet, aber in geringerem Umfang
  - Hinzu kommen Gäste, die das ICfM&S ausschließlich als Anlaufstelle (ohne Ausstellung) nutzen (nicht im oben dargestellten Besuchsvolumen erfasst)
- Es sind viele Anknüpfungspunkte für Sonderformate und Veranstaltungen über die Themen Hören und Musik in Hannover vorhanden.
- Eine enge Zusammenarbeit mit dem Projekt BPF ist ein wichtiger Faktor für die Glaubwürdigkeit und auch die Vernetzung der Kompetenzen.
- Die langfristige Stabilisierung der Besuchsvolumina bedingt **regelmäßige Neuerungen** und **Reattraktivierungen** sowie v. a. ein entsprechendes **Veranstaltungs- und Programmangebot.**

ICfM&S (typisches Jahr)			
Besuchsentwicklung in Szenarien inkl. Special Interest Gäste			
Betriebsjahr	Wahrscheinlich	Optimistisch	Pessimistisch
1.	120.000	144.000	96.000
2.	115.000	138.000	92.000
3.	109.000	131.000	88.000
4.	109.000	131.000	88.000
5.	109.000	131.000	88.000
Zuzüglich rund 15.000 bis 20.000 Veranstaltungsgäste p. a.			
<b>In Summe rund 125.000 bis 150.000 Gäste p. a.</b>			

# Flächenprogramm

## Potenzialanalyse International Center for Music & Sounds

- Gesamtbedarf von **rund 4.700 qm (5.800 qm BGF) indoor** aufgrund der definierten Module und Bedarfe sowie der Notwendigkeiten eines funktionsfähigen Betriebes
  - **Anteil der Veranstaltungs- und Erlebnisbereiche von rund 2.800 qm**
  - Möglichkeit zur Durchführung von Veranstaltungen auch in den Attraktionsbereichen
  - Darüber hinaus auch Ansatz für ein Infomobil
  - Optional je nach Standort Angebote und **Flächen im Außenbereich**
- Zur **Schaffung eines attraktiven Ortes und Unterbringung aller Themen und Komponenten** wird das dargestellte Flächenprogramm empfohlen (auch Bestätigung der Ansätze von Hörregion und Stadt).
- Unter Kapazitätsgesichtspunkten können auch deutlich höhere Besuchszahlen dargestellt werden.

Flächenermittlung – Nettoraumfläche (NRF)	Ansätze in qm
<b>Innenausstattung</b>	
Eingang, Foyer, Shop (inkl. Gastronomie*)	700
Erlebnisbereich	2.800
Backstage	600
Technikbereich und sonstiges	600
<b>Summe (netto) ohne Reserve</b>	<b>4.700</b>
<b>Brutto-Grundfläche (BGF)</b>	<b>5.800</b>

\* Je nach Standort kann auch auf die Nutzung gastronomischer Angebote im Umfeld gesetzt werden.

Zum Vergleich	Ausstellungsfläche	Gesamtfläche brutto
Sprengel-Museum (gesamt)	6.700 qm	17.000 qm
phaeno Wolfsburg	6.000 qm zzgl. Vertiefung	12.600 qm

# Investitionskostenschätzung

## Potenzialanalyse International Center for Music & Sounds

- Bis dato keine Entscheidung bzgl. **Neubau/Eigenimmobilie (V1) versus Anmietung Gebäude/Flächen (V2)**
    - Variante 1: kalkulatorischer Ansatz für Neubau (museale und kulturelle Bauten) zzgl. Fassadengestaltung
    - Variante 2: weitestgehend ohne Kostengruppen 100 bis 400 bei Einmietung in Bestandsimmobilie (Umbaukosten je nach Vermieter)
  - Investitionskostenschätzung für die **Ausstattung aller Bereiche (Erlebnis- und Funktionsbereiche)** über Erfahrungswerte, Flächenansätze und die angesetzten Qualitäten
- Kosten für **Neubau** belaufen sich auf **rund 26,9 Mio. EUR netto**.
- Bei Nutzung einer (**fremden**) **Bestandsimmobilie** fallen die Kosten mit **rund 9,5 Mio. EUR netto** geringer aus, dafür muss im laufenden Betrieb eine entsprechende **Miete angesetzt** werden.
- Weitere Modelle und Varianten sind denkbar.

Kostengruppen (in EUR netto)		V1 Neubau/Eigenimmobilie	V2 Anmietung Gebäude
100+	Grundstück und Erschließung	k.A.	-
300+	Hochbauliche Maßnahmen	14.500.000 €	-
500	Außenbereiche	200.000 €	200.000 €
600	Erlebnisbereiche und Ausstattung (inkl. Infomobil)	6.814.000 €	6.814.000 €
700	Baunebenkosten*	2.940.000 €	40.000 €
700	Baunebenkosten**	2.056.000 €	2.056.000 €
<b>Zwischensumme inkl. Reserve</b>		<b>26.512.000 €</b>	<b>9.110.000 €</b>
Pre-Opening-Kosten		423.000 €	423.000 €
<b>Gesamtkosten in EUR netto</b>		<b>26.935.000 €</b>	<b>9.533.000 €</b>

\* Planungsleistungen Architektur (bisher ohne Gutachten, B-Planung bzw. Baugenehmigung etc.) und Außenbereich; V2 nur Außenbereich

\*\* Planungsleistungen Erlebnisbereiche, Ausstattung inkl. Schnittstellenbetreuung Hochbau

# Prämissen laufender Betrieb

## Potenzialanalyse International Center for Music & Sounds

- Einnahmen:
  - Eintrittsentgelt Erwachsene: 12 EUR (brutto)
  - Weitere Einnahmen durch Shop und Gastro (Pacht) sowie Veranstaltungen (Ansatz Programm)
- Betriebskosten:
  - Personal: rund 20 Vollzeitkräfte (inkl. TZK)
  - Raumkosten (ohne Miete): rund 4,50 EUR/qm
  - *Mietansatz bei Variante 2: 12 EUR/qm*
  - Marketing, Wareneinstand
  - Reparaturen, Instandhaltung und Programmkosten
  - Sonstige Kosten, Verwaltung, Versicherungen, Leasing etc.
- Bis dato nicht inkludiert:
  - Reattraktivierungskosten Dauerausstellung und Miete große Sonderausstellungen
  - Einbindung in die Strukturen von Stadt und Region, wo dies möglich ist

Eintrittspreisgestaltung -7 % MwSt. als Berechnungsgrundlage		
Kategorie	Preis pro Kategorie	Besuchsanteil
Erwachsene	12,00 €	35%
Gruppe Erwachsene (maximale Gruppengröße 20 Pers.)	11,00 €	20%
Ermäßigte	8,00 €	10%
Gruppe Ermäßigt (20 Pers. zu bezahlen)	6,00 €	15%
Begleitpersonen/Freikarten	0,00 €	5%
Familienkarten	28,00 €	15%
<b>Durchschnittlicher Eintrittspreis brutto</b>	<b>9,50 €</b>	<b>100%</b>
abzgl. 7 % MwSt.	0,67 €	
<b>Durchschnittlicher Eintrittspreis netto bei 7 % MwSt.</b>	<b>8,84 €</b>	
Kosten- und Erlösansätze auf Basis 2021		

# Laufender Betrieb

## Potenzialanalyse International Center for Music & Sounds

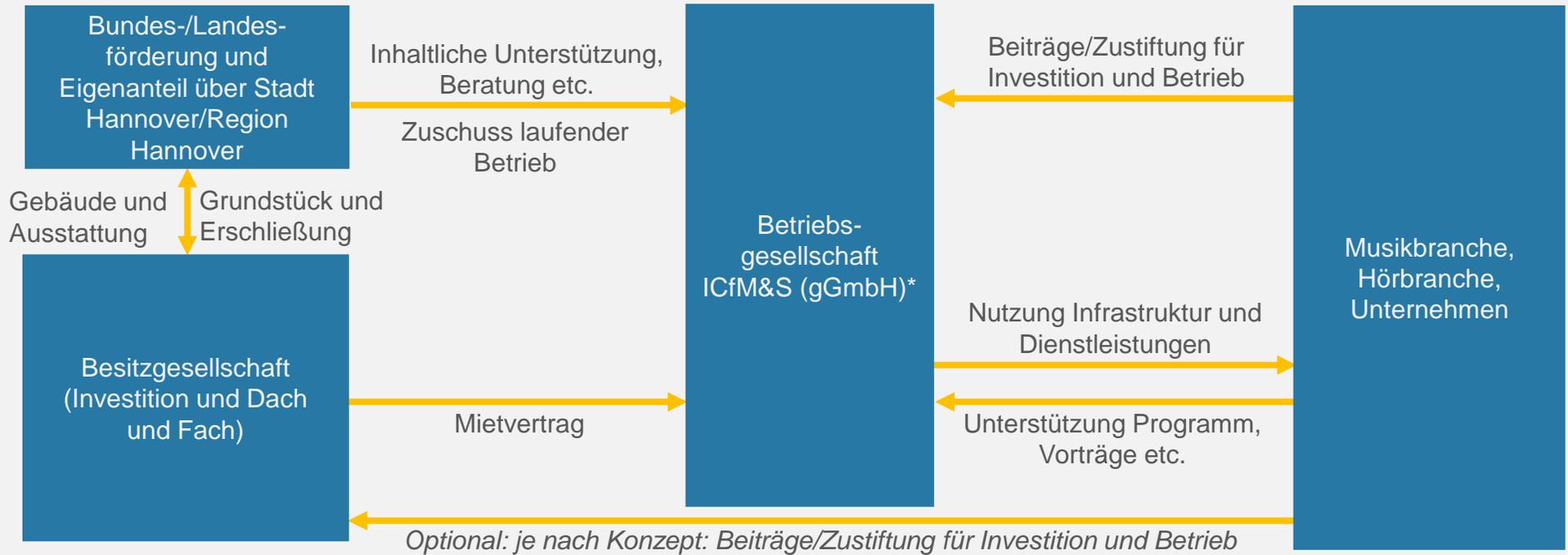
- Betrachtung von zwei Varianten
- **Kein positives Ergebnis im laufenden Betrieb**
- Erwartung eines **jährlichen Minus von rund 500.000 EUR p. a. exkl. Miete bzw. inkl. kalkulatorischer Miete von bis zu 1,2 Mio. EUR p. a.** bei entsprechenden Kostenstrukturen (Personal, Marketing, Verwaltung etc.)
- Abhängig von den Varianten 1 (Nutzung Eigenimmobilie ohne Mietansatz, aber u. U. Zinszahlungen Invest) versus Variante 2 (Anmietung/Einmietung in eine Fremdimmobilie)
- Bis dato keine Berücksichtigung von Optimierungspotenzialen z. B. im Bereich Personal, Marketing, Betriebskosten

Erste Ergebnisse laufender Betrieb (Durchschnitt 5 Betriebsjahre)	V1 Neubau/Eigenimmobilie	V2 Anmietung Gebäude
Gäste p. a. inkl. Veranstaltungsgäste	130.000	130.000
Erlöse gesamt	1.402.000 €	1.402.000 €
Rohertrag	1.247.000 €	1.247.000 €
Betriebskosten (exkl. Miete)	1.762.800 €	
Betriebskosten (inkl. Miete)		2.464.000 €
<b>Gesamtergebnis laufender Betrieb in EUR netto</b>	<b>-515.000 €</b>	<b>-1.217.000 €</b>

- Die prognostizierten Besuchsvolumina von **rund 130.000 Jahrgästen inkl. Veranstaltungsgäste** ergeben die **Notwendigkeit von dauerhaften Zuschüssen** für den laufenden Betrieb.
- Diese sind unabhängig von der konkreten Standortwahl zu sehen. Allerdings kann **je nach Szenario** (Standort, Nutzungsoptionen Bestandsimmobilien, Veranstaltungen etc.) **das Ergebnis variieren.**

# Finanzierung und Träger-/Betreibermodell

Potenzialanalyse International Center for Music & Sounds



→ Zur Finanzierung der Investitionskosten sollten **Bundes- und Landesmittel\*** eingeworben werden.

→ Als Betreibermodell wird eine **kommunale/regionale Besitz-/Betriebsgesellschaft** empfohlen.

\* Zum Vergleich Sprengel-Museum Erweiterung 2016: EFRE 11,6 Mio. EUR, Landesmittel 5,0 Mio. EUR, Stadt 14,1 Mio. EUR und Spenden 5,0 Mio. EUR

# Zusammenfassung

## Potenzialanalyse International Center for Music & Sounds

- Das ICfM&S kann ein **Leuchtturmprojekt mit überregionaler Strahlkraft werden**. Stadt und Region Hannover besitzen auch im nationalen Vergleich mit den Themen Hören und Musik **Alleinstellungsmerkmal**, die in einem ICfM&S gebündelt werden können.
- Mit dem ICfM&S wird eine **Anlaufstelle und ein Erlebnisort für regionale und überregionale Besucherinnen und Besucher**, aber auch **internationale Gäste der Netzwerkpartner** geschaffen.
- **Für ein ICfM&S** in Hannover sprechen **thematische Gründe und die aktuellen Entwicklungen** (Innenstadtverödung, Notwendigkeit neuer touristischer Highlights etc.).
- Zu klären ist, ob eine Investition in einen **Neubau (Notwendigkeit verlorener Zuschuss für Anfangsinvestition)** oder eine jährliche **Mietzahlung getätigt wird**.
- Die Investitionskostenschätzung für einen Neubau liegen bei rund 27 Mio. EUR netto bzw. 32 Mio. EUR brutto.
- Die **prognostizierten Besuchsvolumina von rund 130.000 Jahreshästen** (inkl. Veranstaltungsgäste) ergeben die Notwendigkeit von dauerhaften **Zuschüssen für den laufenden Betrieb**.

# Ausblick

## Potenzialanalyse International Center for Music & Sounds



### Empfehlungen für nächste Schritte

- Grundsatzentscheidung Weiterverfolgung ICfM&S
- Klärung Finanzierungsmöglichkeiten (Anfangsinvest und laufender Betrieb)
- Konkretisierung Träger-/Betreiberkonstellation
- Standortsuche und Gespräche mit Wirtschaftsförderung und potenziellen Vermietern
- Konzeptschärfung und -weiterentwicklung
- Konkretisierung der Beteiligungsmöglichkeiten aufbauend auf den Gesprächen mit den Expertinnen und Experten sowie Ansprache weiterer Partnerinnen und Partner (u. a. Center for World Music, Hildesheim)

# Kontakt

Kontaktieren Sie uns gerne!



**Erlebniskontor GmbH**  
Alte Feuerwache  
Waller Stieg 3  
28217 Bremen  
+49 421 168 45 0  
[www.erlebniskontor.com](http://www.erlebniskontor.com)

**Erlebniskontor GmbH**  
Kattrepelsbrücke 1  
20095 Hamburg  
  
+49 40 398 450 12  
[www.erlebniskontor.com](http://www.erlebniskontor.com)

## Copyright & Rechte:

Das Copyright dieses Konzeptentwurfs liegt bei der Erlebniskontor GmbH. Die Präsentation darf ohne Einwilligung von Erlebniskontor nicht weitergegeben, reproduziert oder veröffentlicht werden. Es liegen keine Ab bildungsrechte vor. Alle Bilder der Präsentation werden zur Veranschaulichung der Konzeptideen verwendet. Die Bilder dürfen nur nach Klärung der Rechtsfragen veröffentlicht werden. Erlebniskontor verfügt über das Copyright aller Entwurfsskizzen. Für diese gilt genauso, dass sie nur nach Absprache mit der Erlebniskontor GmbH veröffentlicht werden dürfen.