

Presseinformation

Zwei Jahre O₂ World Berlin

Berlin, 8. September 2010 – Am 10. September 2010 wird die Berliner O₂ World zwei Jahre alt. Zwei Jahre O₂ World stehen für 266 Events und 2,75 Millionen Besucher. Detlef Kornett, CEO der Anschutz Entertainment Group, und Mike Keller, General Manager der O₂ World in Berlin, ziehen eine positive Bilanz.

Detlef Kornett: „Wir sind mit 266 Events und 2,75 Millionen Zuschauern in den ersten zwei Jahren sehr zufrieden. Unser Ziel waren immer drei Millionen Besucher und 300 Events in den ersten drei Jahren – dieses werden wir frühzeitig erreichen. Grund hierfür ist sicherlich auch die weitreichende Anziehungskraft der O₂ World, denn viele unserer Besucher kommen von außerhalb Berlins. Besonders erfreulich ist die immer größere Nachfrage nach unseren Premium-Produkten wie Event Suiten und Premium Seats. Die Verdoppelung des Umsatzes in diesem Bereich zeigt uns, dass auch diese zunächst erklärungsbedürftigen Produkte am Markt angekommen sind und vom Publikum gern angenommen werden. Die Eisbären sind nach wie vor eine große Erfolgsstory. Trotz des vorzeitigen Ausscheidens in den diesjährigen Play-Offs, belegten die Eisbären mit 435.900 Besuchern und einem Schnitt von mehr als 14.000 Zuschauern pro Spiel in der Saison 2009/2010 Rang zwei hinter Bern und gehören damit zu den absoluten Top-Teams Europas.“

Mike Keller: „In zwei Jahren intensiven Arenabetriebs haben wir viel gelernt und Potential für Anpassungen und Neuerungen erkannt. Unser Ziel ist es, in der kommenden Saison noch flexibler und effektiver auf die Anforderungen des Marktes reagieren zu können. So haben wir zum Saisonstart 2010/2011 eine neue Half-House-Variante entwickelt, die Platz für 5.000 bis 8.000 Zuschauer bietet. Damit wird die O₂ World nicht nur für kleinere Konzerte, sondern auch für Firmen-Events, Messen und TV-Produktionen noch interessanter. Zusätzlich haben wir die Möglichkeit geschaffen, durch das Einsetzen eines Ausgleichsbodens die Innenraumkapazität um bis zu 1.300 Stehplätze zu erweitern. Diese Plätze sind vor allem bei Rock- und Pop-Konzerten sowie bei Dance-Events sehr beliebt und wir freuen uns, der Nachfrage hier ein Stück weit nachkommen zu können. Ich möchte mich bei allen Partnern der O₂ World, allen voran bei O₂, unseren Founding-Partnern und Suiteholdern, den Veranstaltern, Dienstleistern und Behörden sowie dem gesamten Team der Anschutz Entertainment Group für die konstruktive und erfolgreiche Zusammenarbeit in diesen ersten zwei Jahren bedanken.“

Mit Anschutz hilft e.V. hat die Anschutz Entertainment Group 2010 eine Initiative ins Leben gerufen, die es sich zum Ziel gesetzt hat, verschiedene gemeinnützige Institutionen in Berlin zu unterstützen. Anschutz hilft e.V. ist eine Initiative des Vereins Anschutz Entertainment Group hilft e.V. und fördert mit den Projekten Grenzkultur/Shake!, der MUT GmbH mit der Arzt- und Zahnarztpraxis für Obdachlose am Stralauer Platz, Die Arche in Friedrichshain sowie der Initiative fit-4-future ausgewählte Objekte in der unmittelbaren Umgebung der O₂ World.

Bei der Vergabe der gesammelten Spenden wird Wert darauf gelegt, dass diese ausschließlich für konkrete Maßnahmen und Anschaffungen verwendet werden.

Auch in der eventfreien Zeit lockte das Gelände der O₂ World zahlreiche Besucher an. Allein die Sandskulpturen-Ausstellung „Sandsation“ zählte mehr als 60.000 Besucher und bei der Beach-Volleyball EM waren mehr als 20.000 Zuschauer vor Ort. Zum Ausbildungsplatztag 2010, der in Zusammenarbeit mit der Arbeitsagentur durchgeführt wurde, wurden 5.000 Schüler und Ausbildungsplatzsuchende auf dem Vorplatz der O₂ World begrüßt. Das Team der O₂ World unterstützte die Arbeitsagentur bei der Umsetzung und Organisation des Ausbildungsplatztages und stellte das Gelände kostenfrei zur Verfügung.

O₂ World Ticketing hat 2010 mit dem ISTAF im Olympiastadion, Sandsation und der Beach-Volleyball EM erstmalig das Ticketing für externe Veranstalter und Events übernommen. Mit der Einrichtung der Veranstaltungen im O₂ World-Ticketsystem, dem Verkauf über das hausinterne Call Center, die Veranstaltungsbetreuung vor Ort, der Organisation und Betreuung der Kassen bis hin zu Marketing- und Promotion-Aktivitäten, verantwortete O₂ World Ticketing die gesamte Organisation und Umsetzung des Ticketverkaufs. Für das ISTAF wurden 45.000 Tickets über die Kanäle der O₂ World verkauft. Es ist geplant, die Zusammenarbeit mit dem ISTAF im Jahr 2011 fortzusetzen.

www.o2world.de

www.o2world.de/anschutz_hilft

www.facebook.com/o2World

www.twitter.com/o2worldberlin

Auszug aus dem bisherigen Eventkalender der O₂ World: Metallica, Herbert Grönemeyer, Tina Turner, Lady Gaga, Elton John, Paul McCartney, Alicia Keys, Udo Jürgens, Leonard Cohen, Beyoncé, Neil Young, Coldplay, NOKIA Night of The Proms, Britney Spears, Die Toten Hosen, KISS, Michale Bublé, Wetten, dass..?, ECHO 2009, MTV Europe Music Awards, Nena, Boxkämpfe Vitali Klitschko gegen Samuel Peter und Arthur Abraham gegen Jermaine Taylor, Basketball Euroleague Final Four, Rihanna, Saltimbanco, Peter Gabriel, The Black Eyed Peas, Green Day, Depeche Mode, Fleetwood Mac, Muse, a-ha, Mario Barth sowie die zahlreichen Spiele der Eisbären Berlin und von ALBA BERLIN.

Kommende Event-Highlights: „We Are One“ mit Paul van Dyk, Armin van Buuren und Underworld, Sting, Santana, Supertramp, Linkin Park, Marius Müller-Westernhagen, David Garrett, Peter Maffay, Simply Red, Mario Barth, NOKIA Night of The Proms, Michael Flatley – Lord of the Dance, Die Fantastischen Vier, Joe Cocker, André Rieu, Roger Waters – The Wall, „Wir beaten mehr“ mit Xavier Naidoo & Kool Savas, Kylie Minogue u.v.m..

Pressekontakte

O₂ World

Katharina Telschow
Senior Communications Manager
T: 030/ 20 60 70 82 55
k.telschow@o2world.de

Anschutz Entertainment Group

Moritz Hillebrand
Director Communication
T: 030/ 20 60 70 82 50
E-Mail: m.hillebrand@anschutz-entertainment-group.de