

„Die Arena setzt vielfältige Impulse“

Im Interview mit Stadionwelt spricht Lorenz Schmid, Managing Partner der MUNICH ARENA, unter anderem über den aktuellen Stand des Projekts, die Partnerschaft mit Live Nation sowie die Effekte der Konzertarena für die Stadt München.



Lorenz Schmid

Bild: SWMUNICH

Stadionwelt: Wie kam es zum Einstieg von Live Nation als neuem strategischen Partner?

Schmid: Ich bin seit vielen Jahren in der Live-Entertainment-Branche unterwegs und kenne Live Nation sowie die handelnden Personen schon sehr lange. Über die Jahre gab es immer wieder einen engen Austausch. Live Nation hatte von Anfang an großes Interesse, bei unserem Projekt mit einzusteigen – sie haben das Potenzial des Standorts, die Dynamik der

Region und auch das Fehlen einer großen, modernen Indoor-Arena sofort erkannt. Da wir uns von Anfang an ambitionierte Ziele gesetzt haben, war uns klar: Für ein Projekt dieser Größenordnung braucht es starke und erfahrene Partner. Nachdem wir zentrale Meilensteine erreicht hatten – von der Standortentwicklung bis zu konkreten Planungsfortschritten – war dies nun der nächste logische Schritt. Die Partnerschaft stärkt unser Projekt inhaltlich wie strategisch - und eröffnet uns große Möglichkeiten.



Die in der Planungsphase befindliche MUNICH ARENA startet eine strategische Partnerschaft mit Live Nations – ein Meilenstein für eines der größten Venue-Projekte Europas und ein starkes Signal für die Zukunft der Konzert- und Kulturszene in Bayern. [Hier gelangen Sie direkt zum Artikel.](#)

Stadionwelt: Was versprechen Sie sich von der Partnerschaft mit Live Nation?

Schmid: Es gibt viele Gründe, warum die Zusammenarbeit mit dem weltweit führenden Konzertveranstalter für uns sinnvoll ist. Besonders entscheidend ist das umfassende Know-how, das Live Nation aus dem Betrieb von über 350 Veranstaltungsorten weltweit mitbringt – darunter unter anderem der Ziggo Dome in Amsterdam oder die Royal Arena in Kopenhagen. Dieses Wissen fließt

direkt in die Planung, den Bau und später auch in den Betrieb der Munich Arena ein. Ein weiterer großer Vorteil ist der direkte Zugang zu den weltweit größten Künstlern: Live Nation organisiert oder promotet jährlich über 50.000 Konzerte – darunter Tourneen von Superstars wie Adele, Coldplay, Beyoncé, Helene Fischer, The Weeknd, Metallica, Billie Eilish oder Bruce Springsteen. Ebenso klar aber auch: Die Munich Arena ist offen für alle. Sie steht allen Künstler, Veranstaltern, Agenturen und Produzent zur Verfügung – ob Rock, Pop, Klassik oder Comedy. Unser Ziel ist es, eine Bühne für die Vielfalt des kulturellen Lebens zu schaffen – lokal, national und international.

Stadionwelt: Dürfen sich die Menschen in der Region künftig auf mehr tolle Konzerte und Weltstars freuen?

Schmid: Ja, definitiv – genau darauf zielt unsere Konzertarena ab. Eine Arena, die speziell für Live-Entertainment und Konzerte konzipiert, designt und gebaut wird. Wie so vieles hat sich auch der Live-Entertainment-Markt in den letzten Jahren stark verändert, vor allem getrieben durch die Digitalisierung. Früher verdienten Künstler hauptsächlich durch den Verkauf von CDs oder Schallplatten – heute machen diese Einnahmen oft nicht einmal mehr 20 Prozent aus. Streaming-Dienste wie Spotify oder Apple Music sind zwar weit verbreitet, bringen den Künstlern aber nur geringe Erlöse. Live-Auftritte sind mittlerweile die mit Abstand wichtigste Einnahmequelle – sie machen über 80 Prozent des Einkommens aus. Entsprechend wächst der Bedarf an mehr, größeren und modernen Veranstaltungsstätten. Mit der Munich Arena schaffen wir genau diesen Ort: Europas modernste Konzertarena für bis zu 20.000 Musikfans. Durch ihre Größe, Ausstattung und Lage wird sie ein hoch-attraktiver Tour-Stopp für nationale und internationale Top-Acts.



Die MUNICH ARENA soll zukünftig weitere Weltstars nach München bringen.

Bild: SWMUNICH / Populous Architects / HENN / Latz & Partner

Stadionwelt: Welche Impulse wird die Konzertarena auf die Stadt bzw. Region haben?

Schmid: Die Arena setzt vielfältige Impulse – kulturell, wirtschaftlich und touristisch. Sie bereichert nicht nur das kulturelle Leben mit hochkarätigen Veranstaltungen, sondern wirkt sich auch spürbar positiv auf die Region aus. Wir haben die Beratungsgesellschaft Deloitte beauftragt, die makroökonomischen Effekte zu analysieren. Schon während der Bauphase wird eine regionale Wertschöpfung von rund 390 Millionen Euro erzeugt. Ab der Eröffnung wird die Arena jährlich über 350 Millionen Euro Wertschöpfung für Stadt und Region bringen. Damit wird klar: Unsere Konzertarena ist nicht nur ein kultureller Leuchtturm, sondern auch ein echter Wirtschaftsfaktor – gerade hier in meiner Heimatregion: München.

Stadionwelt: Was bedeutet das für die künftige Wettbewerbsfähigkeit der Arena im nationalen und internationalen Vergleich?

Schmid: München und ganz Bayern stehen im Wettbewerb mit anderen Städten und Regionen in Europa. Künstler und Bands haben bei ihren Tourneen nur eine begrenzte Anzahl an Shows zur Verfügung – und wählen sehr genau aus, wo sie auftreten. Dabei zählt jeder einzelne Tour-Stopp. Dabei spielen nicht nur Faktoren wie Einzugsgebiet und Kaufkraft eine Rolle, sondern ganz entscheidend auch die Qualität der Veranstaltungsstätte. Wie modern ist die Arena? Wie gut ist die Akustik? Wie ist das Erlebnis für die Fans – etwa bei der Sicht auf die Bühne? Und nicht zuletzt: Wie

groß ist die Arena? Denn die Größe ist ein zentraler Faktor – sie bestimmt letztlich, wie viele Tickets mit einem Auftritt verkauft werden können. Für viele Tourneen ist das ausschlaggebend, um wirtschaftlich tragfähig zu sein.



Die MUNICH ARENA soll wichtige Impulse im kulturellen, wirtschaftlichen und touristischem Kontext setzen.

Bild: SWMÜNICH / Populous Architects / HENN / Latz & Partner

Stadionwelt: Kritiker befürchten oft, dass internationale Top-Künstler, die kleinen lokalen Künstler verdrängen könnten. Wie begegnen Sie solchen Bedenken?

Schmid: Musik ist gelebte Kultur und stärkt den gesellschaftlichen Zusammenhalt. Deshalb braucht es sowohl internationale Top-Künstler als auch lokale Künstler und Talente – sie bereichern gemeinsam die Kulturlandschaft. Damit künstlerische Entwicklung gelingt, braucht es Bühnen jeder Größe – kleine, mittlere und große Bühnen. Wir sind die große Bühne – das Ziel, auf das viele Künstler hinarbeiten: vor vielen Fans zu spielen, wo Träume wahr werden. Wie im Fußball führt der Weg vom Bolzplatz ins Stadion – bei uns: in die Arena.



Die nahe des internationalen Flughafens München geplante MUNICH ARENA nimmt die nächste, wichtige Hürde im Bauleitplanverfahren. Der Stadtrat der Kreisstadt Freising fasste Anfang März 2025 den Auslegungsbeschluss für das Projekt. [Hier gelangen Sie direkt zum Artikel.](#)

Stadionwelt: Nachhaltigkeit ist in vielen Bauprojekten ein großes Thema. Welche Rolle spielt sie bei Ihrer Konzertarena?

Schmid: Nachhaltigkeit spielt für uns eine zentrale Rolle – und zwar weit über ökologische Aspekte hinaus. Wir verstehen Nachhaltigkeit als ganzheitlichen Ansatz, der auch ökonomische und soziale Faktoren einbeziehen muss, um wirklich alle relevanten Bereiche abzudecken. Das heißt: Wir denken nicht nur an Energieverbrauch und den Einsatz nachhaltiger Materialien, sondern auch an langfristige wirtschaftliche Tragfähigkeit und die soziale Einbindung in die Region. Wir haben uns dabei bewusst hohe Ziele gesetzt: Unser Anspruch ist es, die erste DGNB-Gold-zertifizierte Konzertarena in dieser Größenordnung in Deutschland zu realisieren. Dafür arbeiten wir eng mit der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen zusammen. So werden unsere Maßnahmen von Beginn an messbar, transparent und fachlich begleitet.

Stadionwelt: Können Sie uns den aktuellen Stand des Projekts und den Zeitplan nennen?

Schmid: Uns war von Anfang an wichtig, die Menschen aus der Region mitzunehmen – das ist sicher ein wesentlicher Teil unseres bisherigen Erfolgs. Kürzlich fand im Rahmen der kommunalen Bauleitplanung, die von der Großen Kreisstadt Freising geführt wird, die Beteiligung der Öffentlichkeit und der Träger öffentlicher Belange statt. Über einen Zeitraum von rund sechs Wochen konnten sich interessierte Bürgerinnen und Bürger in einer Ausstellung im Asamgebäude am Marienplatz umfassend über das Projekt informieren – inklusive Modell und Planunterlagen. Wir haben sehr viel positives Feedback zur Planung und zum Projekt insgesamt erhalten, aber auch wertvolle Anregungen und Verbesserungsvorschläge. Diese werden wir nun in die nächste Planungsphase einfließen lassen. Selbstverständlich wird es auch im weiteren Verlauf erneut Möglichkeiten zur öffentlichen Beteiligung geben – denn der offene Dialog mit der Region bleibt uns wichtig. Das alles gibt uns Rückenwind und ist ein echter Ansporn, den eingeschlagenen Weg konsequent weiterzugehen. Natürlich liegt noch ein Stück Arbeit vor uns, aber unser Ziel ist klar: 2029 soll die Arena eröffnet werden – idealerweise mit einem großen Konzert.



Eine Eröffnung der MUNICH ARENA wird derzeit für das Jahr 2029 angestrebt.

Bild: SWMUNICH / Populous Architects / HENN / Latz & Partner

Stadionwelt: Haben Sie einen Wunsch für das erste Konzert in der Konzertarena?

Schmid: Innerhalb unseres Teams gibt es viele Ideen, wer das erste Konzert spielen könnte – das hängt natürlich stark vom Musikgeschmack ab. Von Metallica bis Helene Fischer ist da alles dabei. Für mich persönlich wäre es Coldplay. Eine tolle Band, die für große Emotionen und spektakuläre Shows steht – genau das, was wir uns für den Auftakt wünschen. Aber bis dahin ist es noch ein weiter Weg. Im Moment konzentrieren wir uns ganz darauf, das Projekt Schritt für Schritt weiter voranzubringen. (Stadionwelt, 15.05.2025)

Anbieter

SCHULITZ
Architekten



CBA Clemens
Bachmann ...



PS+ ...



O+M Architekten
GmbH



LS2 ...



ZECH Sports
GmbH



Exolon Group



Unger Stahlbau
Ges.m.b.H.



SHA Scheffler
Helbich ...



Assmann Beraten
+ Planen ...



Geo 3 GmbH



Populous



asp Architekten
GmbH



AX5 architekten
PartG mbB



wirfliegendrohne.d
e



SIG – HESSEN
INGENIEURE



ARC Architektur
Concept ...



IFS GmbH



STRABAG Sport-
stättenbau ...



RAUMKUNST ZT
GmbH



PROPROJEKT ...



KVL Bauconsult
München ...



BEVENUE GmbH



SMC2 GmbH |
Sport und ...



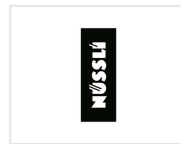
AS+P Albert
Speer + ...



phase10 Inge-
nieur- und ...



NÜSSLI Gruppe



vision4venue
GmbH



Brinkmann +
Deppen



Ihr Unternehmen bei Stadionwelt

✓ Content

CLUB MANAGEMENT

ELF 2025: Teilnehmerfeld, Ticketpreise, Spielstätten

CLUB MANAGEMENT

Goodison Park wird Heimstätte der Everton-Frauen

BAU-/GROSSPROJEKTE

MUNICH ARENA schließt neue Partnerschaft

BAU-/GROSSPROJEKTE

„Die Arena setzt vielfältige Impulse“

FUSSBALL

UEFA Women's EURO soll Frauenfußball fördern

SONSTIGE TOP-EVENTS

NFL veröffentlicht Spielplan für internationale Spiele

CLUB MANAGEMENT

Personalkosten im europäischen Fußball steigen unaufhörlich

CLUB MANAGEMENT

Basketball-Bundesliga stellt neuen Zuschauerrekord auf

BAU-/GROSSPROJEKTE

**SIE SUCHEN
WIR FINDEN!**



JETZT ANFRAGE STARTEN