

Markt Bühnentechnik & Events

Stand: Januar 2017

Herausgeber:

Die Bühnentechnik- & Eventsmedien des Ebner Verlags // Musik Media Verlag
Event Partner, Professional System, Film & TV-Kameramann, Production Partner,
ProMediaNews.de, events, KommunikationsRaum.

Nach einer Studie des FAMAB Research fließen in die direkte Wirtschaftskommunikation – respektive Marketing Events, Veranstaltungen, Showrooms, Brandparks, Kongresse, Messebeteiligungen usw. – in Deutschland ca. 4,3 Milliarden Euro.

Tendenz steigend. Eine weitere Entwicklung lässt sich aus dieser Studie ableiten: Public Events und Veranstaltungen sind weiter auf dem Vormarsch. Unternehmen nutzen Live-Kommunikationsmaßnahmen verstärkt für die Ansprache von Consumern. In diesem hochpotentialen Markt ist das Wirken von Eventmanagement und Veranstaltungstechnik verstärkt gefragt. Hier geht es um konzeptionelle, kreative, logistische und organisatorische Leistungen genauso wie um professionelles technisches und sicherheitsrelevantes Know-how.

Der noch recht junge Markt der AV-Installation umfasst alle Lösungen, Technologien und Produkte zur audiovisuellen Kommunikation zwecks Information, Infotainment, Präsentation und vernetzten Zusammenarbeit („Kollaboration“) in öffentlichen oder gewerblichen Liegenschaften. Dazu gehören zum Beispiel private Unternehmen, Stiftungen und Verbände, Sportstätten, Hotels, Einrichtungen für Gesundheit und Wellness, Bildungseinrichtungen aller Art sowie öffentliche Einrichtungen wie Verwaltung, Regierungsgebäude etc. EVENT PARTNER ist das führende Fachmagazin für Event-Marketing, PRODUCTION PARTNER das führende Fachmagazin für Veranstaltungstechnik und PROFESSIONAL SYSTEM das führende Fachmagazin für AV-Systemintegration im deutschsprachigen Raum.

Veranstaltungsmarkt und Live-Kommunikation in Deutschland

Aktuell umfasst der gesamte Veranstaltungsmarkt in Deutschland rund 3,04 Mio. Veranstaltungen, Tendenz steigend. Insgesamt 393 Mio. **Teilnehmer** zählten die Veranstaltungsstätten im Jahr 2015, das sind **2,6 % mehr** als im Vorjahr. Neben Veranstaltungen in Form von Messen, Ausstellungen, Tagungen und Kongressen sind Festivals und Musikevents eine bedeutende Veranstaltungsform. Insgesamt konnte so im Jahr 2015 ein Umsatz in Höhe von 3.822 Mio. Euro auf dem deutschen Veranstaltungsmarkt erzielt werden.

Besonders im Ausland wächst das Interesse an Veranstaltungen in Deutschland: Die Zahl der **internationalen Besucher** stieg im Jahr 2015 überproportional um 8,3 % auf 27,7 Mio. In den letzten zehn Jahren hat sich die Zahl ausländischer Veranstaltungsteilnehmer damit fast verdoppelt (2006: 14,3 Mio.).

Die Veranstaltungsbranche ist dabei auch ein begehrter **Berufszweig**, der stetig neue Marktteilnehmer produziert: Laut Prüfungsstatistik der Industrie- und Handelskammer haben im Winter 2015/2016 bundesweit 752 Teilnehmer die Abschlussprüfung zum/zur Veranstaltungskaufmann/Veranstaltungskauffrau bestanden; ein Jahr davor waren es noch 706 Absolventen. Immer neue Studiengänge und Weiterbildungsangebote im Eventsektor – von staatlichen wie auch vermehrt privaten Anbietern – zeugen ebenfalls von dessen Attraktivität.

Der Markt der professionellen Veranstaltungstechnik wächst mit der Eventbranche

Historisch betrachtet, begann die Professionalisierung der deutschen Veranstaltungstechnikszene vor ca. 35 bis 40 Jahren. Seitdem ist die Branche zu einem **milliardenschweren Wirtschaftszweig** gewachsen, dessen Angebote global Anerkennung finden. Der Branchenumsatz liegt derzeit bei rund vier Milliarden Euro! Die **professionelle Veranstaltungstechnik** ist eng mit der Eventbranche verknüpft. Je mehr Events veranstaltet werden, desto mehr hat also auch die Veranstaltungstechnikbranche zu tun.

Einige Zahlen aus der Veranstaltungsbranche sollen hier dazu dienen, den **positiven Trend** im Markt der Veranstaltungstechnik hervorzuheben: Der Umsatz in der Eventbranche auf dem deutschen Veranstaltungsmarkt liegt zurzeit bei rund **3,8 Milliarden Euro**. 2009 lag dieser Wert noch bei 3,2 Milliarden Euro. Auch die Anzahl der Besucher selbst hat sich von 31 Millionen Personen in 2009 auf mittlerweile 32,9 Millionen erhöht. Weitere beeindruckende Zahlen zum Konsumverhalten der Musikkonsumenten kommen vom **Verband der Musikwirtschaft**: Demnach setzte die Sparte „Besuch von Rock-/Pop-Konzerten“ in Deutschland ca. **1,6 Mrd. Euro**, die Sparte „Klassik-Konzerte, Opern, Musicals“ immerhin noch **1,2 Mrd. Euro** um.

Live-Kommunikation – Veranstaltungsetats in den Unternehmen

Die Digitalisierung macht auch vor der Eventbranche nicht halt: Kommunikation entwickelt sich in deutschen Unternehmen noch stärker zur **Cross-Media-Kommunikation**. Insbesondere Maßnahmen der **Live-Kommunikation** und der Online-Kommunikation werden zukünftig intensiver vernetzt. **85,8 %** der Unternehmen prophezeien einen Aufwärtstrend in der **Online-Kommunikation**. **27,2 %** der Entscheider erwarten ein Wachstum der **Live-Kommunikation** – nur 13,5 % gehen von einer rückläufigen Bedeutung aus. Zudem ist von einem deutlichen Wachstumstrend von 38,2 % im Bereich Public Relations auszugehen.

28,44 Mrd. Euro gaben alle deutschen Unternehmen mit mehr als 50 Mitarbeitern dabei in 2015 für **Kommunikationsmaßnahmen** aus. Sowohl die klassische Werbung als auch die **Live-Kommunikation** stellen dabei die **bedeutendsten Kommunikationsinstrumente** mit **15,32 Mrd. Euro** und damit mehr als der Hälfte (**53,9 %**) **des Gesamtetats** dar. Die **Kommunikationsetats** werden im Jahr **2017** voraussichtlich auf ein Gesamtvolumen in Höhe von **29,62 Mrd. Euro anwachsen**.

Mit einem Anteil von **44,8 %** am bereichsspezifischen Etat bleiben **Messen** das bedeutendste Kommunikationsinstrument der Live-Kommunikation. Der Etatanteil für **Events** beträgt **31,0 %**. Wichtigster Adressat der Events ist die Zielgruppe „Business-to-Business“: Jubiläen, Einweihungen, Festakte, Galas und Tage der offenen Tür sind die bedeutendsten Eventtypen. Infotainment, Interaktion mit Kunden und Entertainment sind die häufigsten Eventinhalte und -ziele.

83,4 % nutzen die Live-Kommunikation zur Ergänzung und **Unterstützung** anderer Kommunikationsinstrumente. Zur **Durchführung sowie zur Vor- und Nachbereitung** von Veranstaltungen nehmen 34,6 % der Unternehmen die Unterstützung von Live-Kommunikationsagenturen in Anspruch. (Quellen: FAMAB Research 2016, IHK, Meeting- & EventBarometer 2016, Statista)

Gewerke der professionellen Veranstaltungstechnik

Die Professionelle Veranstaltungstechnik befasst sich mit der Planung, der Bereitstellung, der Installation und der Betreuung technischer Anlagen und Bauten, die auf Veranstaltungen zum Einsatz kommen und für den **reibungslosen Ablauf einer Produktion** sorgen. Die gesamte Industrie der professionellen Veranstaltungstechnik besteht aus einem großen **Netzwerk verschiedenster Teilbereiche**. Die klassische Unterteilung umfasst die verschiedenen technischen Gewerke: Licht, Beschallung, Video-/Projektion, Bühnentechnik, Rigging, Special FX, Kommunikations- und Netzwerktechnik.

PROFESSIONAL SYSTEM, die deutschsprachige Informationsplattform für audiovisuelle Informations- und Kommunikationstechnologie

Facts

Wo wird professionelle AV-Medientechnik genutzt? Überall dort, wo es darum geht, Botschaften mittels fest installierter Technik überzeugend zu visualisieren bzw. hörbar zu machen. Ob Konferenzraum oder Hörsaal, digitale Werbefläche im öffentlichen Raum oder Museen, in all diesen Umgebungen geht es darum, durch optimale Kombination von Technik und Umgebung beim Anwender, Betrachter und Zuhörer zielgerichtet und effektiv für bessere Kommunikation, Information und Entertainment zu sorgen. Die dafür eingesetzte Technik ist unabdingbar, soll als solche aber tunlichst kaum wahrgenommen werden.

Im Zuge der Digitalisierung und Vernetzung öffentlicher und gewerblicher Bereiche hat sich eine Technik-Industrie innerhalb von nur zwei Jahrzehnten von einer „Nice-to-have“ Lösung einiger weniger Pioniere zu einem starken „Must-have“-Markt entwickelt, dessen Lösungen immer häufiger in Erscheinung treten: Es geht um die audiovisuelle Informations- und Kommunikationstechnologie in professionellen Anwendungen. Kaum ein öffentlicher Bereich und privatwirtschaftliche Unternehmen kommen ohne Informations- und Wegeleitsysteme aus. Im Zuge der Internationalisierung und Mobilisierung der Arbeitswelt ermöglichen audiovisuelle Systeme die schnelle Zusammenarbeit von Menschen an beliebigen Orten. Waren und Dienstleistungen werden in Form von digitalen Rollouts (Digital Signage) auf Public-Displays schnell und flexibel beworben. Ausstellungen, Museen, Erlebnisparks und Themenwelten erhalten durch audiovisuelle interaktive Tools eine neue Attraktivität und Lebendigkeit, die alle Sinne der Besucher anspricht.

Zielgruppen

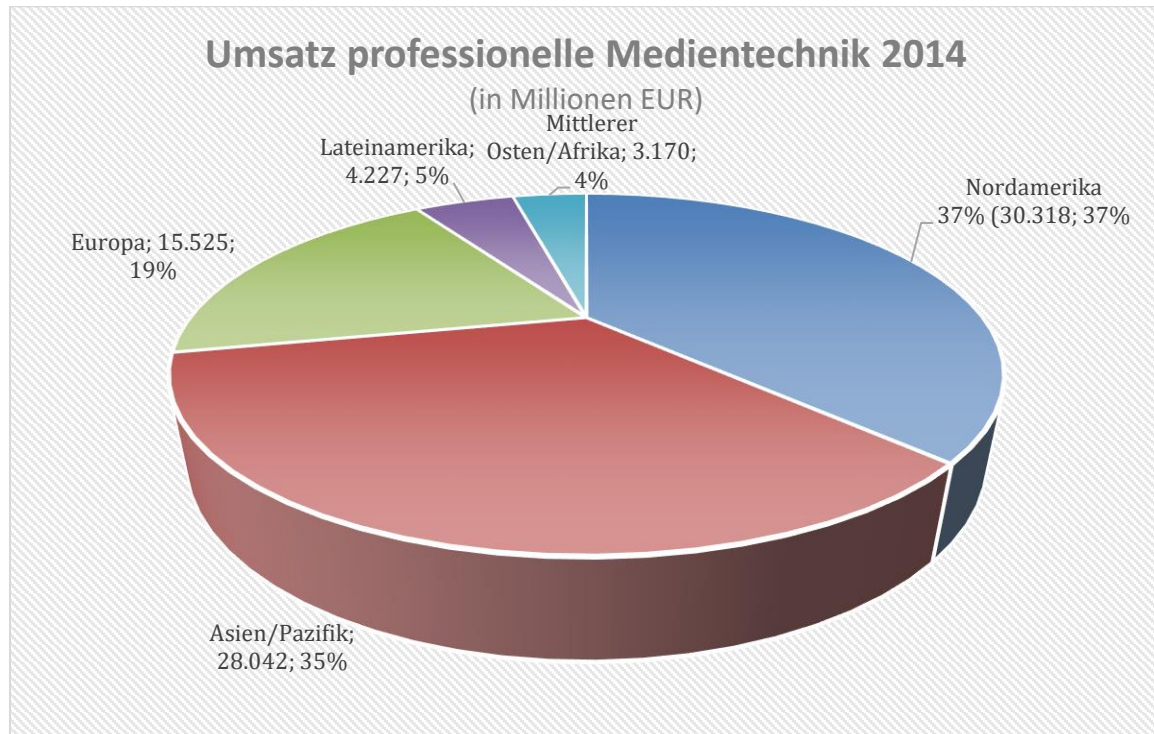
Die Besonderheit dieses Marktes erzeugt vielfältige Leser- und Userprofile, aus: Audio-, Video-, Medientechnik, Licht- und Elektrotechnik, Gebäude- und Sicherheitstechnik sowie IT. Kernzielgruppen sind dabei Planer, Errichter und Betreiber von medientechnischen Festinstallationen. Fachplaner, Berater, Designer und Gutachter:

- Systemintegratoren / Errichter
- Hersteller und Distributoren
- Betreiber und Investoren
- Studenten, Professoren und Auszubildende der medientechnischen Fakultäten

Gesamtmarkt der professionellen AV-Medientechnik

Der Markt der professionellen Medientechnik ist nach wie vor von Wachstum geprägt. So hat die InfoComm, Internationaler Verband der Hersteller professioneller Medientechnik, im Rahmen einer Studie (2014 Global AV Market Definition and Strategy Study) die Größe des globalen Marktes für professionelle Medientechnik mit mehr als 81 Mrd. Euro. Für 2016 wird

mit einem Wachstum auf mehr als 100 Mrd. Euro gerechnet. Bei diesen Werten handelt es sich um den Gesamtumsatz auf Basis der Nutzereinkaufspreise. Nach dieser Studie wurden im Jahr 2014 in den deutschsprachigen Ländern (DACH) Umsätze von ca. 4 Mrd. Euro mit Produkten und Dienstleistungen in Verbindung mit professioneller Medientechnik gemacht. Bezüglich der Marktdurchdringung gibt es in Europa im Vergleich zu Nordamerika aber noch erhebliches Potential nach oben.



Quelle: InfoComm

Weitere Daten und Fakten untermauern diesen Wachstumstrend, insbesondere in EMEA:

- 707.000 Flachbildschirme wurden 2015 in EMEA verkauft
- 18 % Anteil an EMEA kennzeichnen DACH – Deutschland, Österreich und die Schweiz als einen Top-Markt in Sachen Digital Signage
- 920 Mio. Euro hat der Digital Signage-Markt in DACH in 2015 umgesetzt – und damit seit 2009 mit Faktor 2,8 fast verdreifacht.
- 65.686 Fachbesucher zählte die ISE (Integrated Systems Europe), europäische Leitmesse der AV-Branche – ein Anstieg seit dem Start in 2004 um einen Faktor von fast 19
- 95 Mio. Euro- eine deutliche Umsatzsteigerung von 5,6 % erzielten 2015 die Sprachalarmanlagen und damit Audiokomponenten wie Lautsprecher und Verstärker

Handelskanäle

Die professionelle Medientechnik zeichnet sich durch ein hohes Maß an besonderer Erklärungsbedürftigkeit aus. Das spiegelt sich auch in den Vertriebsstrukturen wieder. Je nach Produktschwerpunkt (Bild, Ton etc.) werden die Produkte über spezialisierte Distributoren, welche sich in der Regel durch technische Fachkompetenz auszeichnen, vertrieben. Einige Hersteller von besonders wertigen Produkten operieren auch noch mit

eigenem Fachhandelsvertrieb, über welchen die qualifizierten Systemintegratoren direkt bedient werden.

Die Digitalisierung der Produkte hat zu wachsenden Berührungspunkte in Richtung IT-Strukturen geführt. Vertriebsstrukturen der IT praktizieren bereits seit Jahren eine funktionierende Trennung zwischen Hardware und Lösungssupport. Die Hardware wird dabei als eine rein logistische Aufgabenstellung betrachtet. Es gilt, die Produkte möglichst effizient zu lagern und zum Installationsort zu bringen. Der Support umfasst Vorführmöglichkeiten, Schulungen und sonstige Unterstützungen. Produkte/Lösungen der professionellen Medientechnik sind in ihren Anforderungen an Vertriebsstrukturen durchaus mit denen der IT zu vergleichen. Das hat dazu geführt, dass klassische IT-Distributionskanäle eine stetig wachsende Bedeutung auch für Vermarktung von Produkten der professionellen Medientechnik gewinnen. Die zunehmende Integration der Pro-AV-Lösungen in IT-Strukturen führt letztendlich auch zu Verschmelzungen von Support-Angeboten. Spezialisierte Distributoren für professionelle Medientechnik werden sich auf mittlere Sicht regelrecht neu erfinden müssen, um sich im zunehmenden Wettbewerb mit der IT-Distribution zu behaupten.

Als Publikation mit dem Markt gewachsen

Seit 1999 begleitet PROFESSIONAL SYSTEM diese Marktentwicklung aus einer integrativen Sichtweise. Und berichtet kompetent und praxisnah über alle Facetten audiovisueller medientechnischer Installationen.

Die redaktionelle Mischung aus Case Studies, Features, Interviews, Umfragen, Übersichten und Tests reflektiert zukunftsweisend die Marktentwicklungen.

PROFESSIONAL SYSTEM informiert über alle Aspekte medientechnischer Installationen in den verschiedenen Anwendungsbereichen wie: Kongresszentren, Museen / Themenparks, Hotels / Gastronomie, Handel / POS, in öffentlichen Einrichtungen wie Bahnhöfe und Flughäfen, Schulen, Hochschulen und privaten Bildungseinrichtungen, Industrie & Gewerbe, Banken, Stadien/Sportstätten u.a.m.

„PROFESSIONAL SYSTEM ist die Bibel der AV-Branche.“ (Zitat: Michael Krämer, Senior Sales Manager, BFE Studio und Medien Systeme GmbH)

Multiplattform-Publishing

PROFESSIONAL SYSTEM (PS) ist mehr als ein Magazin – es ist das Forum für alle Beteiligten bei Konzeptionierung, Planung, Ausführung und Betrieb von audiovisuellen Systemlösungen. Über PROFESSIONAL SYSTEM Print, PS Online, PS Mobile, den PROFESSIONAL SYSTEM Newsletter sowie die Social-Media-Auftritte verbreiten wir Ideen, Lösungen sowie Know-how auf allen Kanälen.

Kontakt:

Dr. Walter Wehrhan

Publisher/Chefredakteur

w.wehrhan@musikmedia.de