

Umfrage

Verändert Covid-19 die Eventbranche nachhaltig?

Die aktuelle Pandemie ist gerade für Eventveranstalter eine gewaltige Herausforderung. Nach einem Jahr Covid-19 ist es Zeit, um Bilanz zu ziehen. «persönlich» hat bekannte Exponenten nach einer Zwischenbilanz befragt und wollte wissen, ob Covid-19 die Event- und Entertainmentbranche nachhaltig verändert.

Dietmar Dahmen

Spezialist für modernes Branding und zukunftsweisende Markenkommunikation
European Association of Communications Agencies

Man muss immer zuerst das Problem zero finden, den ersten Grund hinter all den Symptomen. Events sind zentralisierte Ver-

anstaltungen. Covid-19 hat uns zur Dezentralisierung gezwungen. Wenn Problem zero die Dezentralisierung ist, müssen wir die Dezentralisierung in der Zentralisierung finden. Klingt kompliziert – ist es auch. Aber es gibt mindestens drei Wege:

1. Digitale Events – zentral online, dezentral für Gäste
2. Vor Ort dezentralisieren, wie die Konzerte, bei denen das Publikum in einzelnen Ballons steckt
3. Der Hybrid-Event, die Mischkalkulation: Die Gäste vor Ort erleben den Event auf höchstem Niveau (\$\$\$\$), gefolgt von 360-Grad-Virtual-Reality-Tickets (\$\$\$) über Pick-your-Camera (\$\$) und Live-Fix-Kamera (\$) bis hin zur werbefinanzierten Nicht-Live-Variante auf dem eigenen zentralen Eventkanal

Bruno Vollmer

COO, Mitglied der GL
ZSC Lions AG

Da Covid-19 auch im Jahr 2021 noch nicht besiegt ist, wird das Virus die Eventbranche leider noch länger beschäftigen. Ich bin zwar überzeugt, dass die bisher erarbeiteten Schutzkonzepte, zum Beispiel der Eishockey- und Fussballiga, bereits funktioniert haben, doch nun müssen diese noch verfeinert werden. Ich denke da an ein Impftest oder an einen 48-Stunden-Negativtest. Ich gehe davon aus, dass die Besucher zunächst noch skeptisch sein werden im Hinblick auf Besuche an Grossveranstaltungen und sich die Schutzkonzepte zuerst werden

Martin Koch

Leiter Sponsoring & Events
Migros-Genossenschafts-Bund

Nach einem Jahr voller Einschränkungen sehnen sich viele Menschen nach Normalität. Sie freuen sich auf gemeinsame Erlebnisse wie Festivals oder Sportveranstaltungen. Ich glaube allerdings nicht, dass von heute

auf morgen alles wieder sein wird wie früher. Es ist eher ein Herantasten an eine neue Normalität, bei der Events und Veranstaltungen weiterhin dazugehören, vielleicht einfach in angepasster Form.

Die Eventbranche ist auf jeden Fall gefordert, ihre Veranstaltungen so aufzustellen, dass sich die Menschen nicht nur gut unterhalten, sondern sich auch sicher fühlen. Aber das traue ich der Entertainmentindustrie absolut zu.

Fabian Duss

Geschäftsführer
Maag Music & Arts AG

Covid-19 wird die Entertainment- und Eventindustrie kurz- bis mittelfristig prägen. In nächster Zeit werden Schutzkonzepte die Covid-19-Ausbreitung reduzieren und den Takt vorgeben. Hierzu werden laufend neue

Erkenntnisse gewonnen. Durch diesen «Umgang» mit Covid-19 wird das Vertrauen der Gäste zurückkehren. Man wird lernen, mit Covid-19 zu leben.

Das Live-Erlebnis wird durch Digital- oder Hybrid-Lösungen nie ganz ersetzt werden. Der Mensch braucht das Gesamterlebnis vor Ort – das fängt mit der Vorbereitung zu Hause an, geht weiter auf dem Weg zum Event und findet seinen Höhepunkt am Anlass selbst. Solche Eindrücke und die daraus resultierenden Erinnerungen werden immer gefragt sein.

Covid-19 wird also Spuren hinterlassen, das Live-Erlebnis wird aber in ähnlichem Rahmen zurückkehren, wie wir es gewohnt sind. Das stimmt mich für die Zukunft sehr optimistisch.

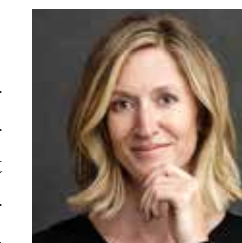
Mike Kucksdorf

Co-Founder Festivalfire

Covid-19 hat die Entertainmentbranche insofern verändert, als die Menschen erst einmal wieder in ihrer Psyche zur Normalität finden müssen. Die Angst muss ihnen vonseiten der Politik mit klaren Regeln und Massnahmen genommen werden. Es wird in Zukunft auch neue Abläufe geben: Das fängt beim Ticketkauf an, geht über den Check-in auf dem Campsite und hört beim Verlassen des Festivalgeländes auf.

Ich sehe das alles nicht als unlösbar, denn ich kenne kaum ein wandlungsfähigeres und agileres Ökosystem als dieses. Auch was die Besucher und die Communitys dieser Branche betrifft, verlasse ich mich auf viel Unterstützung und Verständnis.

Werbetreibende Marken sollten jetzt Haltung zeigen und die Entertainmentbranche fördern. Sie werden in Zukunft mitverantwortlich sein für den Erhalt von Kultur.

Elke Mayer

Managing Director Spoundation Motion
Picture AG (Zurich Film Festival, ZFF)

Die Pandemie hat die Kreativität unserer Sparte aufgezeigt. So wurden neue Formate kreiert, um trotz aller Hürden das Publikum zu erreichen und ein kulturelles Angebot zu bieten. Ich gehe davon aus, dass aufgrund

der Erfahrungen, des Verzichts, den jeder von uns durchlebt hat, Live-Events wie das ZFF künftig einen noch wichtigeren Stellenwert bekommen. Die Leute wollen Johnny Depp und Co. in Person sehen.

Die Schutzmassnahmen werden uns vermutlich noch länger begleiten, beispielsweise eine reduzierte Kapazität bei grösseren Events. Das ist finanziell natürlich eine Katastrophe. Die Eventbranche braucht zudem wieder Planungssicherheit, damit Sponsoren auch künftig bereit sind, langfristige Partnerschaften einzugehen.

Patrick Kiener**Eventmanager und Teamleader Digitalisierung Arosa Tourismus**

Die Ferienregion Arosa ist bekannt für eine grosse und vielfältige Eventlandschaft. Ein extrem anspruchsvolles Jahr 2020 hat gezeigt, dass mit stringenten Schutzkonzepten und innovativen Partnern Veranstaltungen

trotz stets wechselnder Voraussetzungen sicher möglich sind. Der direkte und ehrliche Austausch zwischen Veranstalter, Partner und der Destination ist dabei noch mehr in den Mittelpunkt gerückt.

Der Digitalisierungsschub durch Corona ist deutlich gestiegen. Contact-Tracing und Live-Monitoring, wie sie an der Arosa Classic-Car und am Audi FIS Ski Cross World Cup 2020 in Arosa angewendet wurden, sind keine Fremdworte mehr und bieten Eventveranstaltern die Möglichkeit für eine digitale Weiterentwicklung und Optimierung der Abläufe im organisatorischen Bereich wie auch in der Steuerung und der Unterhaltung der Gäste vor Ort. Flexibilität, Innovationsfähigkeit sowie die Einbindung der digitalen Möglichkeiten bilden die Basis für eine erfolgreiche Zukunft in der Eventbranche.

Roger Büchel**Direkto / CEO Kongresshaus Zürich AG**

Es gab bereits vor der Pandemie einen starken Trend Richtung digitale und hybride Formen von Events. So habe ich im Kongresshaus Zürich bereits vor Corona stark auf die digitale Glasfaservernetzung des

kompletten Gebäudes mit Ultrabreitband-Highspeed-Anbindung ins Internet gesetzt oder auch den Einbau eines TV-Streamingstudios vorangetrieben. Dieser Trend wurde durch die Pandemie einfach noch beschleunigt. Da die Zukunft auch nach oder wahrscheinlich eher mit Covid-19 unsicher sein wird, braucht es die Fähigkeit, zukünftige Marktveränderungen zu antizipieren und das Geschäft mit hoher Flexibilität und Geschwindigkeit anzupassen. Was bleibt, sind der Bedarf für einen laufend höheren Digitalisierungsgrad und nachhaltige Lösungen in unserer Branche.

Adrian Steiner**CEO/Direktor Das Zelt**

Die Entertainmentindustrie braucht vernetzte Endgeräte: Bewegtbild wird mobil, reale und virtuelle Welt verschwimmen, der Nutzer taucht ein und interagiert, Konsum, wann und wo man will. Inhalte, Herstellung, Vertrieb und Erlösmodelle passen sich an.

Covid-19 wirkt als Digitalisierungsbeschleuniger.

Die Eventbranche braucht Räume und Bühnen für unmittelbare Gemeinschaftserfahrung. Im Flow berührt uns das Dionysische hier und jetzt. Das Publikum kehrt zurück, sobald es darf. Wann, diktiert die Pandemie. Je später und je strenger die Auflagen, desto geringer das Angebot: Der Ballermann-Anheizer verlernt nicht, aber ein Hochseil-Ensemble kann nicht Jahre trainieren ohne Aussicht auf wirtschaftliche Auftritte. Wenn wir nicht handeln, verspielen wir wertvollste Teile unserer populären Hochkultur.

Veranstungsbranche**Gipfeltreffen zur Lage der Nation**

360° Entertainment wird am 16. März 2021 als Digital-Kongress live aus Volketswil gesendet. Über dreissig Speaker diskutieren den Status quo und Perspektiven für die Veranstaltungsbranche.

Text: **Gabriele Griessböck**

Nicht systemrelevant, komplette Unsicherheit, Stillstand und Wut: So sieht der Status quo der Veranstaltungsbranche aus. Wie lange werden Sponsoren solidarisch bleiben, wenn auch deren Branchen abstürzen?

Der Digitalkongress 360° Entertainment ist die Bestandsaufnahme für die Entertainmentbranche in der Schweiz und auch international. Es werden mittel- und langfristige Perspektiven für Veranstalter, Sponsoren, Medien und Dienstleister intensiv beleuchtet. Es ist ein Pflichttermin für die Entertainmentbranche und alle, die in diesem Bereich tätig sind. Dreissig Top-Speaker geben in sechs Foren Einblicke in die folgenden Schwerpunkte: Zukunftschancen, Technologie, Sponsoring, Sicherheit und Venues.

Konsequenzen aus der Corona-Krise

Die Veranstaltungsbranche ist im Überlebenskampf – das Ende des Veranstaltungsverbots ist ungewiss. Neue Vorschriften, Kooperationen und Eventmodelle sind entstanden und fordern die Branche heraus. Was bleibt davon, und was verschwindet? Zukunftsforscher Dietmar Dahmen wird in diesen ungewöhnlichen Zeiten einen Ausblick geben. Über die wirtschaftlichen und politischen Konsequenzen der Corona-Krise werden die Co-Präsidentin der SP Schweiz, Mattea Meyer, und der Präsident der SMPA, Christoph Bill, diskutieren.

Die Entertainmentwelt nach Covid-19

Neue Sicherheitsanforderungen kosten zuallererst den Veranstalter Geld. Was ist fi-


nanzierbar? Welche Rolle spielen dabei die Besucher, Fans und Sponsoren sowie die öffentliche Hand? Die Krise wirft viele Fragen auf. Diskutiert wird unter anderem über Folgendes: Wie wirkt sich die «neue Normalität» auf Live-Events und ihre Besucher aus, und welche Konsequenzen zieht die Branche aus der Covid-Krise?

Corona-Learnings für die Eventbranche

Der papierlose Eventzugang, neue digitale Lösungen für Arenen und das Gesicht als Eintrittskarte sind nur wenige Beispiele dafür, wie sich die Digitalisierung im Eventbereich etabliert. Wie Eventveranstalter Tracking-Methoden auch nach Corona für sich nutzen können, das wird das Bonner Unternehmen Placeit aufzeigen. Das Konzept der Live-Überwachung für mehrere Tausend Personen wird beim Kongress vorgestellt. Auch auf der Bühne vertreten sind: Felix Frei, Präsident des Vereins Schweizer Stadion- und Arenabetreiber VSSA, sowie das Zurich Film Festival, Samsung Hall, Placeit, namhafte Künstler und viele weitere Entscheider auf der Sponsoreseite, wie Raiffeisen Schweiz, Migros, Sponsoring-House und TIT-PIT.

Pflichttermin für die Entertainmentbranche

Der Digitalkongress richtet sich an Veranstalter, Sponsoren, werbetreibende Unternehmen, Eventdienstleister, Künstler-Manager, Medien, Vermarktungs- und Beratungsagenturen wie auch Veranstaltungsstätten. 360° Entertainment wird von Ticketcorner

und vom ESB Marketing Netzwerk als Hybrid-Kongress in den NEP Studios in Volketswil veranstaltet. Der Kongress findet garantiert statt, und die Streams stehen allen Teilnehmenden auch im Nachhinein zur Verfügung. 

360° Entertainment am 16. März als Digitalkongress. Weitere Infos und Anmeldung unter: www.entertainment-forum.com