PRESSEINFORMATION

Entertainment-Boom: KI und Nachhaltigkeit erobern die Bühne

Die Schweizer Entertainmentbranche hat 2023 Rückenwind. Viele Marktteilnehmer sind nach der Pandemie wieder nahe an ihren Rekordzahlen oder haben diese sogar übertroffen. Entsprechend zuversichtlich blicken die Teilnehmenden am grössten Branchenevent, dem 360° Entertainment Forum in Andermatt, in die Zukunft. Und die wird immer digitaler. Vor allem die Möglichkeiten der künstlichen Intelligenz (KI) bieten grosse Chancen. Nicht zuletzt auch für das Thema Nachhaltigkeit, das die Branche mit Nachdruck vorantreiben will.

Andermatt - Optimismus und Aufbruchstimmung herrschen am wichtigsten Treffpunkt der Schweizer Entertainmentbranche, dem 360° Entertainment Forum. Pünktlich zum Kongressbeginn strahlt die Sonne über Andermatt. Und dies ist sinnbildlich für die Stimmung bei den rund 400 Teilnehmenden. Denn die Branche ist 2023 wieder im Aufwind. «Das Konsumverhalten ist unglaublich positiv. Das merken wir und vor allem unsere Partner», sagt Oliver Niedermann, CEO Ticketcorner. Und Co-Gastgeber Hans-Willy Brockes, Geschäftsführer ESB Marketing Netzwerk, ergänzt: «Die grossen Entertainment-Unternehmen verbuchen Rekordumsätze und davon profitieren alle».

Die Bedeutung der Branche unterstreicht der höchste Schweizer, Nationalratspräsident Martin Candinas: «Zahlreiche Schweizer Orte verdanken ihren internationalen Ruf leidenschaftlichen Veranstaltern, die dort Events initiiert haben.» Aufgabe der Politik sei es, die Schweiz als lebenswerten Standort zu stärken. Dazu gehöre auch, die Voraussetzungen für attraktive Veranstaltungen zu schaffen, nicht zuletzt auch wegen der Bedeutung der Branche für den Arbeitsmarkt im Land. Candinas selbst outet sich auch privat als grossen Unterhaltungsfan – schliesslich habe er seine Frau am Openair Lumnezia kennen gelernt.

Neue Technologien und Nachhaltigkeit sichern die Zukunft

Ein Ort der Begegnung, der wohl noch vielen Generationen erhalten bleiben wird. Denn Live-Events im realen Raum sind nach wie vor nicht einfach zu ersetzen. Zu diesem Schluss kommt Fred Türling, Senior Vice President Information Science bei CTS Eventim. Er stützt seine Aussage auf eine breit angelegte Umfrage im gesamten DACH-Raum. Und dennoch: Digitalisierung und künstliche Intelligenz werden im Entertainment in Zukunft immer wichtiger. Immersive Technologien wie Virtual Reality und Augmented Reality werden in den nächsten Jahren verstärkt eingesetzt, um Events noch interaktiver zu gestalten. Virtuelle Informationen rund um Events könnten schon in naher Zukunft zum treuen Begleiter bei Veranstaltungen

werden. Und auch die Möglichkeiten im Metaverse locken – erste Radiosender haben bereits eigene «Studios» im virtuellen Raum. Hier liegen viele Chancen und die Branche ist bereit und willens, Grenzen zu verschieben und neue Technologien proaktiv zu antizipieren. Gerade beim immer wichtiger werdenden Thema Nachhaltigkeit kann beispielsweise KI helfen, noch effizienter mit Ressourcen umzugehen. «Denn es wird nicht mehr ausreichen, PET-Flaschen zu sammeln», appelliert Christoph Kamber, Präsident des Vereins Expo Events. Mike Keller, Geschäftsführer und Nachhaltigkeitsbeauftragter der Markthalle Hamburg, doppelt nach: «Nachhaltigkeit ist ein Vollzeitjob. Kein Marketing- oder PR-Projekt.» Sein Haus ist das erste, das in Deutschland ökozertifiziert wurde. Ein Engagement, das sich unter dem Strich auch wirtschaftlich gelohnt hat.

Musical-Markt, «Sunrise starzone» und Freddy Burger

Einen Schwerpunkt des Branchenkongresses bildet der Musical-Markt Schweiz. Dieser ist seit Jahren in stetem Wandel und damit sehr erfolgreich, mit schätzungsweise bis zu 400'000 Besucher und Besucherinnen jährlich. Seien es die einheimischen Musicals von «Ewigi Liebe» bis «Space Dream» oder die internationalen Musicals, die in der Schweiz aufgeführt werden. Sicher scheint: Der Musical-Markt schafft den Generationensprung hervorragend und holt auch die Zuschauerinnen von morgen schon heute ab.

Beleuchtet wird auch das von Ticketcorner initiierte Projekt «Sunrise starzone». Das Rundum-Paket in der Musikvermarktung ist seit knapp einem Jahr auf dem Markt und kann bereits mit beachtlichen Zahlen aufwarten. Über 150 Konzerte, 15 Festivals und Venues in der ganzen Schweiz bieten den Partnern ein breites Portfolio und den Kunden attraktive und einzigartige Zugänge zu Live-Erlebnissen mit Ticketvorteilen, eigenen Lounges und einer Musikplattform. Auf dieser können sich auch die Künstlerinnen von einer etwas anderen Seite präsentieren. Wie Baschi, der hier Songs in die Pfanne haut als Koch. «Das ist eine Win-Win-Situation für uns Künstler. Wir können hier einen anderen Draht zu unseren Fans knüpfen, sie lernen uns anders und sehr authentisch kennen.» Partner der starzone sind Sunrise, Raiffeisen und die Mobiliar. Sunrise-CEO André Krause betont in Andermatt die Bedeutung der «Sunrise starzone» für sein Unternehmen auf dem Weg vom Telco zum führenden Entertainment Provider.

Und dann gibt es noch ein ganz besonderes Spotlight für eine Legende der Branche: Freddy Burger. Moderator Sven Epiney spricht mit ihm über seine über 50-jährige Karriere. Von den Anfängen, als er in Rockerclubs die harten Jungs disziplinieren musste, über die jahrzehntelange Zusammenarbeit und Freundschaft mit Udo Jürgens bis hin zu seinem heutigen erfolgreichen Unternehmen. «Never give up», gibt Freddy Burger dem Publikum mit auf den Weg. Wasser auf die Mühlen einer Branche, die für die Zukunft bestens gerüstet scheint.

Weitere Infos und Anmeldung unter: https://www.entertainment-forum.com

Die Bedeutung der Branche unterstreicht der höchste Schweizer, Nationalratspräsident Martin Candinas.

v.l. Hans-Willy Brockes, Geschäftsführer ESB Marketing Netzwerk mit Oliver Niedermann, CEO Ticketcorner.

Sunrise-CEO André Krause

Moderator Sven Epiney sprach mit Freddy Burger.

Fotonachweise: Griessenböck
Honorarfrei

Rückfragehinweis & Akkreditierung für Medien:
ESB Marketing Netzwerk AG | Brunneggstr. 9, Postfach 519 | CH-9001 St. Gallen
Tel. +41 76 834 5006 | griessenboeck@esb-online.com