VPLT MAGAZIN

4|23 online

103 | Dezember 2023 | online | 14925

Creating Connection.

VPLT

LIVE

MAGAZIN

JOBMARKET

VPLT Service- und Verlags GmbH

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

bis zum Jahr 2050 möchte Europa klimaneutral sein. „European Green Deal“ lautet das ehrgeizige Vorhaben der EU auf dem Weg dahin. Der Deal hat für Firmen viele Pflichten im Gepäck, wenn sie mit neuem ökologischen Bewusstsein ihr unternehmerisches Denken ändern müssen. Idealerweise sehen sie diese Pflichten als Chancen für Innovationen entlang der gesamten Wertschöpfungskette.

Wir sprechen in dieser Sonderausgabe „Green Events“ daher über Akteure, die den Green Deal und eine nachhaltige Eventbranche als positiven Treiber sehen.

So hat die Messe Frankfurt das Audit für das international anerkannte Umweltmanagementsystem nach EMAS (Eco Management and Audit Scheme) inzwischen erfolgreich absolviert. Mit der Validierung verpflichtet sich das Unternehmen, seine Umweltleistungen kontinuierlich zu verbessern. Wir sprechen mit der Messe darüber, wie das erfolgreich gelingt.

Über Projekte von nationalen Bands, die Aktionen für umweltgerechte Festivals gestartet haben, haben wir bereits berichtet. In dieser Ausgabe sprechen wir nun mit der Agentur The Changency, die viele dieser Events federführend betreut hat. Uns interessieren erste Erkenntnisse und Maßnahmen, die funktionieren. Genauso reden wir mit dem Reggae-Sänger und Songwriter Patrice Bart-Williams über seine Ideen für eine nachhaltigere Musikwirtschaft.

Teil des Green Deals ist die soziale Inklusion: Deshalb beleuchten wir, wie behinderte Menschen in der Veranstaltungsbranche gefördert werden können – und welche Pflichten Firmen auch hier haben.

Wir wünschen Ihnen wie immer Inspiration und viel Freude bei der Lektüre

Ihr Redaktionsteam

IMPRESSUM

HERAUSGEBER
VPLT Service- und Verlags GmbH
Wohlenbergstr. 6
30179 Hannover

Chefredaktion
Dominik Maaßen

Art Director
Sonja Luise Kupgisch

Grafik und Layout
Sonja Luise Kupgisch

Autoren
Helge Leinemann
Linda Residovic
Klaus Wohlrabe
Stefan Sauer
Thomas Licht

Bilder
Don Kaveen/unsplash.com
Generation L
Mathias Kutt/Messe Frankfurt
degefest
Romy Vinogradova
Rehadat
Aktion Mensch
Statista
KfW
Marcus Werner
AUMA
Charles Deluviol/unsplash.com
Henning Steinfarz
Daniel Ali/unsplash.com
Fabian Stoffers
Marcus Aurelius/pexels.com
TÜV Rheinland /Thomas Ernsting
Brandi
Marcus Werner
The Changency
Foli Creppy
Messe Frankfurt
Laura Schepers
ifo Institut
John Moses Bauan/unsplash.com
Jackson David/unsplash.com
LEDCON
BOE

In unseren Texten verwenden wir die männliche Form, um den Lesefluss nicht zu beeinträchtigen, mitgemeint sind aber immer die weibliche und andere Formen.

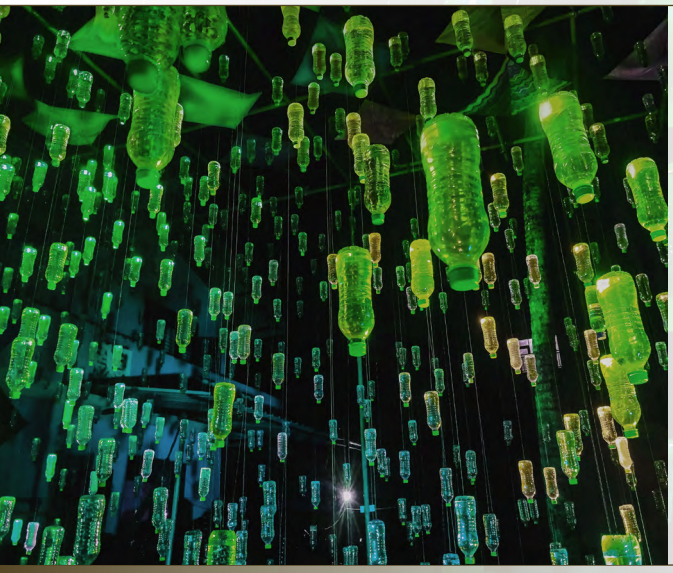
notes

Azubiweb 6

Trends, Tech und Talks auf der Prolight + Sound 2024 8

Messedeutschland:
Internationale Aussteller und Besucher zurück 10

SOCIAL



Kolumne 12

Rückblick
Organisiert Euch! 14

Inklusion
Auf der Odyssee zum Theater 18
Kollektiv für barrierefreie Kulturangebote 22
**Viel Potenzial für den Arbeitsmarkt:
Menschen mit Behinderung** 24
Zentrale Ergebnisse des Inklusionsbarometers Arbeit 2022 26
Pflicht zur Inklusion 28

LEGAL

TÜV Rheinland
Ein Siegel, sie zu zertifizieren 30

Nachgefragt bei BRANDI
Wer übernimmt mein Lebenswerk? 34

Unternehmensnachfolge
Gesucht wird: Nachfolger 36

VPLT MAGAZIN
4|23

TITEL
Green Events
Foto: Don Kaveen

TITEL

Green Events **38**
Vom könnte zu machen 40
Auf Roadtrip im Elektrobus 44
Ratgeber: Nachhaltigkeit in Tagungs- und Veranstaltungsstätten 48
Dem Wandel verpflichtet 50

ECONOMIC

Geschäftsklima
Wo steht die Veranstaltungsbranche nach drei schwierigen Jahren? **54**

Funkfrequenzen
Erste Engpässe im Spektrum **62**

Advertorial
LEDCON **64**
BOE **66**

service + partner

Mitarbeiterabschied 69
VPLT Magazin 2024 69
Neue Mitgliedschaften 69

azubi:web

Jetzt registrieren & kostenlos testen

azubi:web

Digital durch die Ausbildung – azubi:web begleitet Sie und Ihre Auszubildenden durch den Ausbildungsalltag.

Bildungs-Award für azubi:web

Große Freude in Frankfurt: Der Bildungsanbieter azubi:web wurde mit dem „Deutschen Bildungs-Award 2023/2024“ ausgezeichnet. Zum zweiten Mal haben der Nachrichtensender ntv und das Deutsche Institut für Service-Qualität den Preis an vorbildliche Bildungsanbieter vergeben.

Generation:L

Ursprünglich für die Hotellerie entwickelt, ist azubi:web ein Lernsystem, das Unternehmen und ihre Auszubildenden durch den Ausbildungsalltag begleitet – angefangen vom digitalen Berichtsheft über eine Stärken-/Schwächenanalyse bis zur spielerischen Wissensvermittlung durch Spiel- und Duellfunktionen.

Das System besteht aus einer Applikation und einer Website. Es ermöglicht Auszubildenden, sich zeit- und ortsunabhängig auf Klausuren und Prüfungen vorzubereiten. Dank der VPLT Fachgruppe Aus- und Fortbildung werden in Kürze auch neue Autoren die Anwendung um die Fachkraft für Veranstaltungstechnik erweitern.

Freuen sich über den Deutschen Bildungs-Award 2023/2024: Michael Hoffmann, Gründer und Geschäftsführer Generation:L, und Heike Peters, Project Manager.

azubi:web

notes

VPLT junior
Junior Mitgliedschaft für Studierende und Auszubildende in der Veranstaltungswirtschaft. Kostenfrei und endet automatisch.
DURCHBLICK
beim Berufsstart

Messe Frankfurt

Trends, Tech und Talks auf der Prolight + Sound 2024

Vom 19. bis 22. März 2024 öffnet die Leitmesse der Event & Entertainment Technology-Industrie ihre Tore, um Innovation, Inspiration und Networking in den Fokus zu rücken. Die vielversprechende Entwicklung in der Eventindustrie spiegelt sich im Engagement der Hersteller für die Prolight + Sound wider. So hat für 2024 bereits eine Vielzahl namhafter Unternehmen ihre Teilnahme erklärt.

Creative Hub

Sound-, Studio- und Produktionsausrüstung sowie Medien- und Kameratechnik sind erneut in Halle 11 beheimatet. Eines der Highlights bildet der neu entwickelte Image Creation Hub: In Kooperation mit dem Bundesverband der Fernsehkameraleute e.V. (BFVK) entsteht ein einzigartiges Areal rund um das Thema Bewegtbild.

Herzstück des Bereichs ist die Speakers Area im Stil eines Fernsehstudios. In Halle 12 dreht sich alles um Licht- und Theaterausrüstung, Projektions- und Displaytechnologie sowie die Themen Eventdienstleistung, -ausstattung und -planung. Das Außengelände lockt mit spektakulären Live-Präsentationen rund um Outdoor-Lösungen für Audio- und Display-Technik sowie mobile Bühnen, Zelte und Inflatables. ▸▸

prolight+sound

Seien Sie beim größten Treffen der Branche dabei!

Energieeffizienz

Noch stärker gewichtet als bisher wird auf der Prolight + Sound 2024 das Angebot rund um die Themen Energieeffizienz und Nachhaltigkeit. Damit trägt die Messe dem wachsenden Bewusstsein der Branche für ökologische Verantwortung Rechnung.

Nachwuchsförderung

Das in Halle 11.0 beheimatete Areal beleuchtet 2024 insbesondere die Nachwuchsförderung. Bildungseinrichtungen mit Event-Studiengängen, Unternehmen mit vakanten Stellen und Start-ups präsentieren dort ihre Angebote.

Darüber hinaus lädt der Future Talents Day 2024 am Freitag, 22. März, junge Nachwuchskräfte dazu ein, sich über Karrieremöglichkeiten in der Veranstaltungswirtschaft zu informieren und zu vernetzen. Fachliches Know-how aus erster Hand bietet zudem die Prolight + Sound Conference, die in Zusammenarbeit mit dem VPLT e.V. entsteht.

LLEYENDECKER
eventsolutions

Und Du weißt, dass man mit der grandMA besser kein Käffchen trinkt?

Super, denn wir suchen:

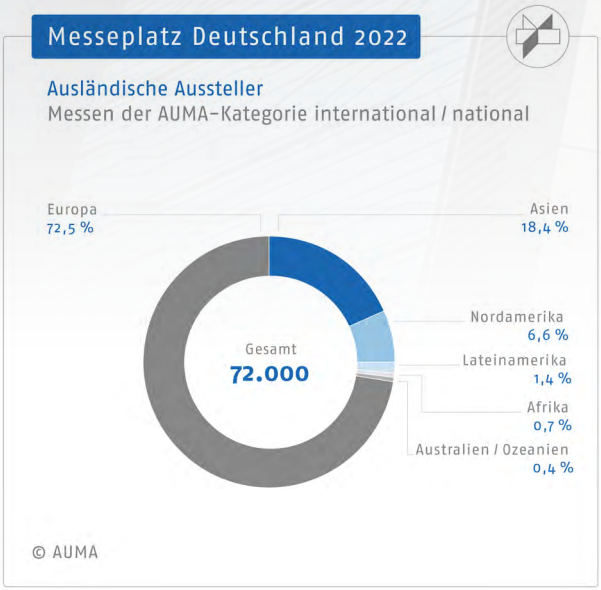
- Veranstaltungstechniker:innen
- Technische Leiter:innen
- Projektleiter:innen

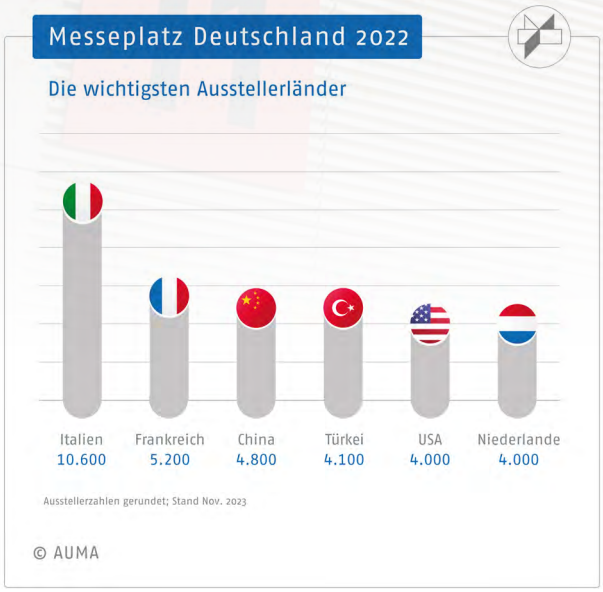
Bewirb Dich unter bewerbung@lleyendecker.de

audio lighting video rigging kinetic design

Messedeutschland: Internationale Aussteller und Besucher zurück

Die hohe Internationalität auf Aussteller- und Besucherseite ist einer der großen Vorteile der deutschen Messen im weltweiten Wettbewerb. Für das Jahr 2022 hat der Verband der deutschen Messewirtschaft AUMA nun die Anteile der internationalen Aussteller und Besucher und die wichtigsten Herkunftsländer berechnet. Zwar erreichen die Zahlen noch nicht das Niveau vor der Corona-Pandemie, aber per Anteil ist das Ausland zurück auf den hiesigen Leitmessen.



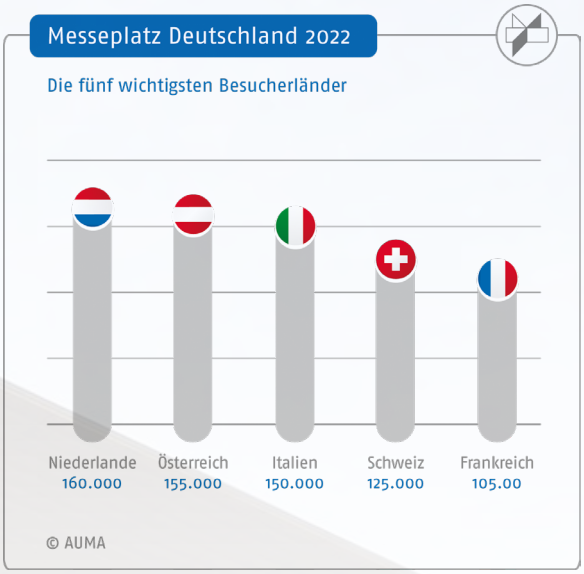


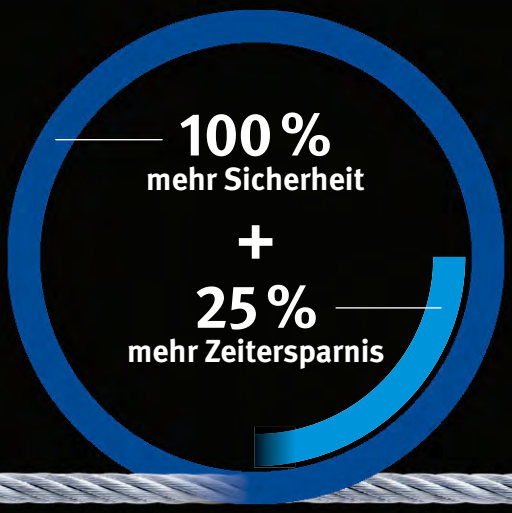
Gestiegener Anteil aus Europa

Regional zeigt sich eine deutliche Verschiebung: Kamen 2019 noch gut 30 Prozent der ausstellenden Unternehmen aus Asien, waren es 2022 nur noch knapp 19 Prozent. Die wichtigsten Länder sind Italien mit über 10.000 Ausstellern vor Frankreich (5.200), China (4.800), Türkei (4.100), USA (3.900) und den Niederlanden (3.900). Einer der Gründe für die schleppende Erholung des Asienanteils sind die andauernd langen Wartezeiten bei der Visumbeschaffung in den deutschen Konsulaten und Vertretungen, zeigt eine Umfrage des AUMA bei den Auslandsvertretern der Messegesellschaften. Außerdem gab es 2022 gerade für Reisende aus einigen asiatischen Ländern noch Reiserestriktionen infolge der Corona-Pandemie.

Das Jahr 2023 ist das erste Jahr mit einem kompletten Messeprogramm nach der Pandemie in Deutschland. Der AUMA erwartet bis zu 180.000 ausstellende Unternehmen und rund 13 Millionen Besucherinnen und Besucher auf knapp 320 Messen.

notes





Stahlseilakt statt Drahtseilakt

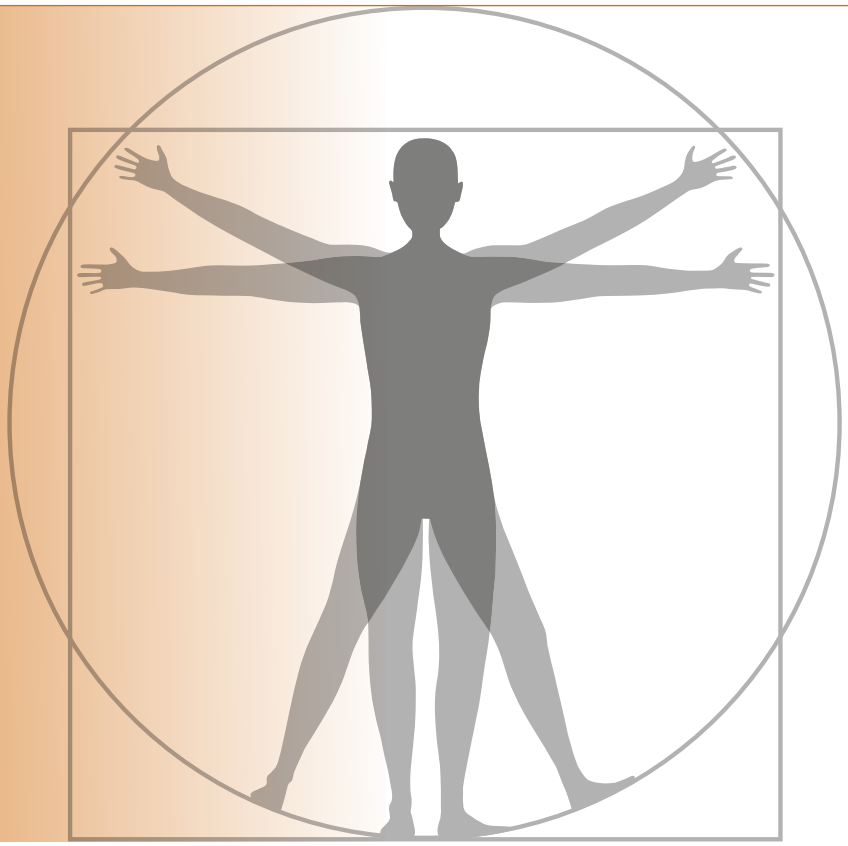
Beim Auf- und Abbau mobiler Bühnentechnik spielt Sicherheit eine entscheidende Rolle. Unternehmen sind bestens beraten, in **Lifelines** zu investieren. Sie bieten nicht nur einen deutlichen Sicherheitsgewinn, sondern sind auch unter wirtschaftlichen Aspekten ein Gewinn.

Der Zeitgewinn sorgt für eine rasche Amortisation der Kosten und Ihr Rigging-Team wird es auch zu schätzen wissen.

Wir unterstützen Sie gern, mit Fachinformation und Beratung.

QR-Code oder: www.vbg.de/veranstaltungen-und-produktionen

VBG
Ihre gesetzliche Unfallversicherung



SOCIAL

Seit seiner Gründung engagiert sich der VPLT für die Professionalisierung der Branche. Nachholbedarf haben Unternehmen auch in Sachen Inklusion. Unter anderem helfen können staatliche Förderung und Initiativen.

◀ Inhalt

Liebe Leserinnen und Leser,

unsere junge Branche hat in den vergangenen Jahren Riesenfortschritte gemacht. Es würde mich interessieren, wie das Ehrenamt früher bei einem großen Industrieverband ablief, als deren Wirtschaftszweig noch in den Kinderschuhen steckte. Aber das Altenheim werde ich wohl nicht finden, wenn ich jemanden aus deren Gründerzeit sprechen möchte. Das liegt zu weit zurück. Es ist gut, dass es den VPLT gibt. Man fragt sich wie beim Henne- und Ei-Prinzip: Was war zuerst da – die vielen Themen oder der VPLT, der sie überall bearbeitet?

Beim VPLT profitieren wir noch heute von der großen Aufbauarbeit, die Mitglieder in den vergangenen Jahrzehnten geleistet haben: Ich erinnere an die Schaffung des Ausbildungsberufs Fachkraft für Veranstaltungstechnik, die Gründung der Interessengemeinschaft Veranstaltungswirtschaft oder die enge Partnerschaft mit der Prolight + Sound. Ich könnte weitere Big Points aufzählen. Auch aktuell haben wir viele Bälle in der Luft.

Allerdings haben sich die Rahmenbedingungen im Laufe der Jahre verändert. Während bestimmte Finanzierungsmodelle früher schlüssig waren, braucht es heute andere. Ich freue mich, dass wir auf der Außerordentlichen Mitgliederversammlung mit großer Mehrheit eine Erhöhung der Beiträge beschlossen haben. Diesmal auch mit einem deutlicheren Votum als auf der Jahreshauptversammlung. Beide Veranstaltungen belegen, wie gut unser Verbandsleben im VPLT funktioniert und wie gleichberechtigt und demokratisch wir zusammenarbeiten. Kontaktiert unseren Vorstand gern bei Rückfragen.

Nur mit einer Beitragserhöhung können wir weiter die Professionalisierung der Branche dank des VPLT garantieren. Gerade in der Coronapandemie sind wir mit außergewöhnlichem Einsatz „all in“ gegangen. Aber inzwischen arbeiten wir, gerade in der Geschäftsstelle, auf Verschleiß und brauchen deshalb mehr Mittel.

Mitte Oktober hatte ich die Möglichkeit in Berlin, die Belange unserer Branche beim Ausschuss für Kultur und Medien vorzutragen. Wenn wir bei solchen Veranstaltungen nicht mit am Tisch sitzen oder nicht bei DIN-Sitzungen beteiligt sind, wo die Regeln gesetzt werden, ist es hinterher sehr mühsam oder meistens zu spät, für unsere Interessen zu kämpfen. Eine Investition durch mehr finanzielle Mittel ist allein deshalb sinnvoll, um erhöhte Kosten zu vermeiden, die entstehen, wenn man Regeln nicht mitgestalten konnte.

Es gibt keine objektive Wahrheit, es gibt nur Wirklichkeiten. Und für unsere Branchen schaffen wir diese Wirklichkeiten, in der Zusammenarbeit im VPLT. Niemand wird es uns abnehmen oder gar besser machen. Keine Partei, kein anderer Verband, keine Regierung. Denn nur wir gemeinsam wissen, was es braucht. Dazu sind die starken Strukturen des VLPT richtig und nötig.

Euer Helge Leinemann
Vorstandsvorsitzender

Organisiert Euch!

Ein kleiner Rückblick auf das Engagement des VPLT in 2023 – und ein großer Wunsch nach mehr Mitgliedern für mehr Missionen.

Unternehmen in Deutschland stehen vor den größten Herausforderungen seit dem Ende des zweiten Weltkriegs. Die Krisen sind groß, global und manifestieren sich eher, als dass ein Licht am Ende des Tunnels zu sehen wäre. Sie verstärken sich sogar gegenseitig.

Gewinner oder Verlierer in Krisen

Die Herausforderungen sind bekannt: Pandemie, Krieg in Europa, Energie- und Rohstoffknappheit, Unterbrechung von Lieferketten, disruptive Technologien wie künstliche Intelligenz, Fachkräftemangel oder Pflichten des Green Deals für mehr Nachhaltigkeit. Genauso bekannt ist: Jede Krise hat ihre Chance. Wer sich darauf vorbereit, ist im Vorteil gegenüber dem Wettbewerber. Dafür müssen sich Firmen schneller anpassen und effizienter werden. Alle stehen gerade an einem Scheideweg. Werden sie als Gewinner oder Verlierer aus diesen unzähligen Krisen hervorgehen?

Engagement für mehr Professionalisierung

Mitglieder fragen uns häufig: Was tut der VPLT für uns und unseren Beitrag? Die Antwort des VPLT auf diese Art von Transformationsdruck war und ist immer gewesen, die Professionalisierung unserer Branche zu verbessern. Und das auf allen Ebenen.

Nur ein paar Beispiele: Früher war der VPLT verantwortlich für die Schaffung des Ausbildungsberufs Fachkraft für Veranstaltungstechnik, den erfolgreichen Kampf um branchenkonforme Finanzhilfen in der Corona Pandemie oder die Gründung der Interessengemeinschaft Veranstaltungswirtschaft (IGVW) und des Forum Veranstaltungswirtschaft. Heute ist der VPLT mit seinen Forderungen längst in der Berliner Politik angekommen, er ist unter anderem ideeller Partner der Leitmesse Prolight + Sound oder führend an Gremiumssitzungen des DIN-Instituts beteiligt, um unsere Branche im Hinblick auf Normung und sinnvolle Standards zu professionalisieren.

In Zukunft wird sich der VPLT noch intensiver um Trendthemen wie den europäischen Green Deal und den Fachkräftemangel, eine Sozialpartnerschaft für die Veranstaltungswirtschaft, valide Wirtschafts- und Arbeitsmarktzahlen und ein neues TÜV-Siegel kümmern. Man mag sich gar nicht vorstellen, wie unsere Branche ohne dieses außerordentliche Engagement dastehen würde.

Was hat der VPLT unternommen?

Zum wöchentlichen Update zu den Verbandsaktivitäten

Rückblick auf 2023

Und allein im zurückliegenden Jahr 2023 hat sich der Verband unter anderem in folgenden Bereichen für mehr Professionalisierung engagiert: Der VPLT und der TÜV Rheinland haben einen Kooperationsvertrag unterzeichnet. Ziel ist das neue Siegel „TÜV Rheinland zertifizierter Veranstaltungsdienstleister“ als Nachfolgesiegel der DPVT. Der VPLT unterstützt das Engagement der gesetzlichen Unfallversicherung VBG für ihre Arbeitsschutzkontrollen. Bei der beliebten Eventreihe „VBG & VPLT vor Ort“ informierten beide Verbände zu allen Fragen rund um elektrotechnische Arbeiten, Personalauswahl und Beauftragung.

Auf der SECON – Sustainable Events Conference – hat der VPLT auch in diesem Jahr die Perspektiven der Veranstaltungstechnik zu Nachhaltigkeitsthemen in die Debatten eingebracht. Genauso war er mit zwei Panels im Rahmenprogramm des Future of Festivals beteiligt.

Der Verband hat viele neue Sonderkonditionen und Vorteilsraten mit ausgewählten Kooperationspartnern abgeschlossen. Den Mitgliedern stehen sie ab sofort kontinuierlich zur Verfügung. Außerdem hat er seine Vergütungsstudie 2022/23 veröffentlicht: Er analysiert darin die Vergütungen und Rahmenbedingungen innerhalb der Medien- und Veranstaltungstechnik. Vorgestellt hat er auch seinen neuen „VPLT Kosmos Medien- und Veranstaltungstechnik – Berufe, Tätigkeiten, Funktionen“. Das praktische Tool soll aufzeigen, welche Karrierewege, Qualifikationen und Weiterbildungen in der Veranstaltungsbranche möglich sind.

Diese Liste allein für 2023 ließe sich weiter fortsetzen. Im Detail gibt es mehr Informationen dazu in unserer wöchentlichen Rubrik: **Was hat der VPLT unternommen?**

Bohren von dicken Brettern

Als Lobby- und Wirtschaftsverband engagiert sich unser Verband im politischen Diskurs für die Interessen seiner Mitglieder und für die seiner Branche. Damit steht er in Berlin und Brüssel in direkter und starker Konkurrenz zu unzähligen Verbänden anderer Wirtschaftszweige. Diese sind in Bezug auf Professionalisierung oder Organisationsgrad unserer jungen Eventbranche teilweise um Jahrzehnte, wenn nicht sogar Jahrhunderte voraus.

Alle politischen Akteure stehen vor demselben Dilemma: Sie brauchen einen unglaublich langen Atem, um Probleme zu lösen. Denn in einer rechtsstaatlichen Demokratie müssen sie ausgewogen unterschiedliche, oft gegensätzliche Interessen vertreten. Politischer Erfolg ist schwer mess- und verkaufbar oder er wird von Gruppen reklamiert, die gar nicht verantwortlich sind.

Ein Erfolg des VPLT für das Bohren von dicken Brettern und ein anschauliches Beispiel politischer Lobbyarbeit durch Experten ist die Überarbeitung der Klassifikation der Wirtschaftszweige. Seit acht Jahren arbeitet der Verband auf nationaler (DESTATIS) und europäischer Ebene (EUROSTAT) daran, die Systematik der Wirtschaftszweige (WZ), die NACE Revision 2, zu überarbeiten. Hier soll es künftig die CPA-Kennzahl „90.39.03 – Event and performance technology and technical services, including events and performances special effects services“ geben. Das Statistische Bundesamt hat dem VPLT für die fachkundigen Eingaben und die Zusammenarbeit mit PEARLE* – Live-Performance Europe bei den Konsultationen gedankt.

Erschwerend kommt bei solchem Engagement hinzu: Verbände sind aufgrund ihrer Aufgaben für die Gesellschaft in erster Linie nicht profitorientierte Unternehmen. Gewinne können sie nicht selbst erwirtschaften, Mitgliedsbeiträge sind ihre wichtigste Säule. Dennoch stehen Verbände unter dem gleichen Markt- und Preisdruck, müssen Personal gewinnen oder in Ausstattung investieren. ▸▸

Allianz für die Eventbranche

Gemeinsam ist man bei einer Professionalisierung stärker: Diese Weisheit hat sich der VPLT beim Forum Veranstaltungswirtschaft zu eigen gemacht. Er hat es vor ein paar Jahren federführend mitgegründet. Die Allianz vereint nicht nur verschiedene Verbände für eine stärkere Stimme in der Politik. Wie vielfältig diese in der Eventbranche tätig sind und sie damit hervorragend als Allianz repräsentieren, berichten wir regelmäßig in unseren **Quartalsberichten.**

Das Motto gilt aber auch für das Engagement von Mitgliedern in Verbänden. Ein Dank gilt all jenen, die sich ehrenamtlich im VPLT, aber auch in den Verbänden des Forum Veranstaltungswirtschaft engagieren. Gleichzeitig denen, die mit ihren Mitgliedsbeiträgen überhaupt das Leistungsspektrum für mehr Professionalität möglich machen. Sie geben den Verbänden die notwendigen Mittel für ihre Menschen und Missionen.

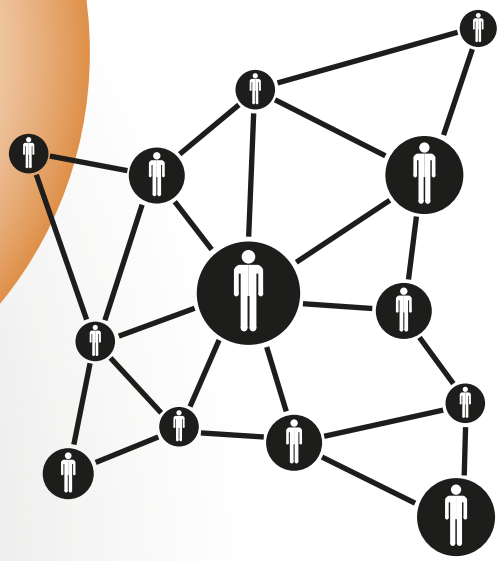
Was tut Ihr für unseren Beitrag? Ich glaube, wir zeigen oft genug auf, was der VPLT alles unternimmt. ▸▸

Quartalsberichte des Forum Veranstaltungswirtschaft

Mit dem regelmäßigen FVAW Quartalsbericht informiert die Allianz vierteljährlich rückblickend über ihr umfassendes Engagement als politische Interessenvertretung für die Eventbranche. Der FVAW Quartalsbericht enthält darüber hinaus einen kurzen vierteljährlichen Rückblick über die Themen und Tätigkeiten der sechs verschiedenen Verbände in ihrer individuellen und vielfältigen Arbeit für die Veranstaltungswirtschaft.

Mitglied werden

Werden Sie Teil einer starken Gemeinschaft und profitieren Sie als Mitglied von zahlreichen Vorteilen im VPLT! Sie unterstützen mit Ihrer Mitgliedschaft die Arbeit unseres Verbandes und profitieren gleichzeitig selbst von zahlreichen Vorteilen. Möglich sind bei uns: Ordentliche Mitglieder, Angeschlossene Mitglieder, Fördermitglieder, Junior Mitglieder, sowie Ehrenmitglieder.



Mehr Mitglieder, mehr Missionen

Dennoch leiden Verbände aller Wirtschaftszweige unter Strukturdefiziten. Experten schätzen, dass sich nur rund 10 Prozent der Beteiligten in einem Verband organisieren. Eine Verbandsmitgliedschaft ist deshalb inzwischen eher die Ausnahme und nicht der Regelfall. Außer bei den Branchen, in denen die Verbandsbindung verpflichtend ist und mit denen wir gern fälschlicherweise verglichen werden. Hinzu kommt: Der Großteil, der sich nicht organisiert, profitiert dennoch vom Engagement und den Ergebnissen der Lobbyarbeit der wenigen anderen. Und auch diejenigen, die immer monieren, sie hätten angeblich keine unmittelbaren Vorteile von der Tätigkeit des Verbandes, kommen in den Genuss einer Professionalisierung der Branche.

Ich drehe daher die Frage um: Was könnt Ihr für Eure Branche tun, damit sie professioneller wird?

Mein Appell: Organisiert Euch! Organisiert Euch im VPLT. Organisiert Euch in den vielen anderen Verbänden der Veranstaltungswirtschaft. Es gibt genug. Organisiert Euch, damit wir noch mehr Engagierte zählen. Das ist für jeden und für jede nur ein kleiner Beitrag – aber in Summe einer mit großem Effekt. Es ist ein Beitrag für mehr Professionalität in unserer Veranstaltungsbranche.

Linda Residovic

Auf der Odyssee zum Theater

Stephen Willaredt arbeitet als Mensch mit Behinderung in der Veranstaltungstechnik. Wir sprechen mit ihm über Barrieren am Arbeitsplatz, demotivierende Sprüche bei Proben und die motivierende Kraft des Trotzes.

■ Du hast Dich vor 14 Jahren entschieden, in der Veranstaltungstechnik zu arbeiten. Kannst Du sagen, warum?

Zunächst war da meine Leidenschaft für das Theater, die schon in der Theater-AG in der Schule begonnen hat. Wir haben dank engagierter Theaterlehrer:innen Stücke in moderner Fassung aufgeführt. Ich spielte sogar mal den Zeus in der Odyssee. Nach der Schule habe ich im Rahmen eines Freiwilligendienstes in einem Kulturhaus in Süddeutschland als Regie- und Bühnenassistent gearbeitet und an verschiedenen Inszenierungen mitgewirkt.

Ich fand es faszinierend, dass man mit Licht Räume schaffen kann, ohne dass viel auf der Bühne steht. Für mich war klar – ich will Licht machen. In der Schule interessierte ich mich auch für Informatik. Ich fand es spannend, Lichtpulte zu programmieren.

■ Du hast seit Deiner Geburt eine Behinderung. Wie zeigt sie sich?

Ich habe eine Tetraspastik. Dabei ziehen sich Muskeln unkontrolliert zusammen. Das betrifft meinen linken Arm und meine Beine. Deshalb nutze ich einen Elektrorollstuhl. Ich arbeite nur mit einer Hand.

■ Beruflich warst Du dann auch auf einer Odyssee unterwegs. Kannst Du ein paar Stationen schildern?

Der technische Leiter bei meinem Freiwilligendienst riet mir davon ab, Veranstaltungstechnik zu studieren. Wegen des Rollstuhls wäre das keine gute Idee. Ich habe in Bayreuth deshalb Theater- und Medienwissenschaften studiert, mit einem hohen Praxisanteil.

Der Studiengang verfügte aber über einen eigenen Theaterraum. Ich habe dort sämtliche Vorstellungen betreut und war anderthalb Jahre als Hilfskraft beschäftigt. Ich habe vor Ort viel von dem Beleuchtungsmeister gelernt. Nach dem Bachelor bin ich an die BHT Berlin in Berlin gewechselt und habe dort im Master Veranstaltungstechnik und -management studiert. Die Hochschule akzeptiert auch Quereinsteiger. Diese müssen jedoch technische Grundlagen nachholen. Für die technischen Grundlagen habe ich mir komplexe Kurse ausgesucht.

Unsere Professorin für Lichtdesign und Beleuchtungstechnik nahm mich in dieser Zeit als Unterstützung mit zu einem Berliner Theater. Der Bühnenmeister guckte mich an und sagte: „Den lasse ich nicht auf die Bühne. Dort kann ich nicht für seine Sicherheit garantieren." Die Projektleiterin kam hinzu und meinte: „Wir sind nicht barrierefrei. Du kannst vom Rollstuhlplatz zuschauen." Ich war total schockiert. Ich saß anschließend in der 13. Reihe, während meine Professorin das Licht machte. Ich habe die Probe irgendwann verlassen. Ich war sehr geknickt.

■ Was war die Folge?

Ich habe mich entschieden, mich in meiner Masterarbeit nicht mit Beleuchtung zu beschäftigen. Stattdessen habe ich über Wissensmanagement geschrieben. Nach meinem Abschluss war ich zunächst arbeitslos. Ich schrieb viele Bewerbungen und erhielt schließlich einen Zweijahresvertrag als Lichtoperator im Heimathafen in Berlin Neukölln. Danach war ich erneut arbeitssuchend.

Als die Corona-Pandemie unsere Branche komplett lahmgelegt hat, habe ich nicht mehr daran geglaubt, dass ich noch Fuß fassen werde. Doch dann kam ein Anruf des Residenztheaters in München und ich durfte dort als Gastlichtgestalter eine Produktion betreuen. Später war ich für das Hygieia-Projekt der Alice Salomon Hochschule Berlin und Berliner Hochschule für Technik Berlin rund um Hygienekonzepte und Infektionsschutz tätig. Nebenbei habe ich mir eine kleine Freiberuflichkeit aufgebaut, ich war unter anderem im barrierefreien Berliner Club Gretchen tätig. Dafür bin ich sehr dankbar, denn es hat mir viel Selbstsicherheit gegeben. Ich hatte zwischenzeitlich überlegt, mich in Vollzeit selbstständig zu machen. Aber es gibt zu wenig regelmäßige Aufträge, da viele Versammlungsstätten nicht barrierefrei sind.

■ Du sprichst die Barrierefreiheit an. Was unterscheidet Deinen Arbeitsplatz von anderen?

Es ist nachvollziehbar, dass ich nicht selbst Scheinwerfer aufhängen kann. Dafür brauche ich Hilfe. In der Vergangenheit gab es dafür oft eine Lösung. Am Lichtpult selbst sind die Unterschiede überschaubar. Der Tisch muss unterfahrbar sein. Ich kann nicht mit einem Touchscreen arbeiten, sondern brauche ein Maus. Das war's schon. Generell habe ich abwechselnd sechs persönliche Assistenten, die im Hintergrund helfen, wenn ich zum Beispiel auf Toilette gehen muss. Zu einem passenden Arbeitsplatz gehört aber beispielsweise auch ein barrierefreier Zugang zur Toilette oder in die Kantine.

■ Wie reagieren Firmen, wenn Du Dich bei Ihnen bewirbst?

Ich war für meine Bewerbungsgespräche eine Zeit lang viel in Deutschland unterwegs, auch für Tätigkeiten im Bereich Messen. Einige sind zögerlich. Andere sind zwar offen, sagen aber, dass Umbaumaßnahmen nicht klappen. In einem vergangenen Bewerbungsprozess hat mich eine Personalsachbearbeiterin angerufen. Weil das Gebäude nicht barrierefrei sei, sollte ich doch meine Bewerbung zurückziehen. Ich sagte ihr, sie könne mir eine Absage schicken, aber zurückziehen würde ich sie nicht. Ich habe irgendwann einen Trotz entwickelt.

■ Im Job kennt jeder Höhen und Tiefen. Eine Behinderung erschwert aber den beruflichen Werdegang. Hat dieser Trotz Dir auf Deiner Odyssee Kraft gegeben?

Diesen Trotz habe ich früh entwickelt. An Schulen für Körperbehinderte war und ist es leider immer noch nicht die Regel, dass Abgänger:innen dort einen Abschluss machen, der für eine Berufsausbildung qualifiziert. Ich habe den Trotz entwickelt und wollte allen beweisen, dass ich mein Abitur mache. Dafür bin ich auf eine Regelschule gegangen. Natürlich ist es hart, mit dieser Behinderung am Theater zu arbeiten. Ich würde diesen Weg aber immer wieder gehen. ▸▸

■ Wie lassen sich Rahmenbedingungen für Menschen mit Behinderung im Berufsleben verbessern?

An meinem technischen Gymnasium gab es zwar eine Rampe. Aber ich war der einzige Schüler mit Behinderung. Wenn gemeinsames Lernen in unserer Gesellschaft nicht gelingt, schaffen Menschen mit Behinderung noch schwieriger den Übergang ins Arbeitsleben. Die Schule ist der erste Kontakt mit Menschen, die nicht aus Deinem familiären Umfeld kommen. Hier wird das Bewusstsein dafür geschaffen. Wer sich in Initiativen engagiert, kannte vorher oft Menschen mit Behinderung im persönlichen Umfeld.

■ Wie lässt sich dieses Bewusstsein anderweitig schärfen?

Ich habe mehrere Vorträge für die Initiative „barrierefrei feiern“ gehalten. Dort agieren Expert:innen aus der Kultur- und Veranstaltungswirtschaft, die selbst mit einer Behinderung leben, in eigener Sache. Darunter sind zum Beispiel Fotograf:innen, Musiker:innen oder ein ehemaliger Mitarbeiter des Wacken-Open Airs. Sie bieten Interessierten ihre Workshops und Prozessbegleitung an. Die Workshops werden dabei multiperspektivisch durchgeführt, also beispielsweise aus Sicht eines Sehbehinderten und einer Person im Rollstuhl.

Seit 2002 gibt es in Deutschland das Behindertengleichstellungsgesetz. Dort ist genau definiert, was unter Barrierefreiheit zu verstehen ist. Daran sind alle gebunden. Seit 2009 gilt hierzulande außerdem als weiteres Rechtsinstrument die UN-Behindertenrechtskonvention. Im öffentlichen Bereich wird das in Theater- und Veranstaltungsstätten weitgehend umgesetzt. Dennoch kenne ich Berliner Clubs, wo die Toilette zu klein ist. Oder in Theatern befindet sich der Rollstuhlplatz hinter einer Säule oder man muss vorher anrufen, damit zwei Stühle für den Platz ausgebaut werden.

Das sollte es in 2023 nicht mehr geben. Es wird so viel Geld in öffentlich geförderte Theater gesteckt. Ist es notwendig, in einer Stadt noch die fünfte Spielstätte in einem ehemaligen Gewächshaus zu eröffnen – oder schaffen wir mit dem Geld lieber Barrierefreiheit?

Mein Appell lautet: Wenn Ihr Euer Theater renoviert, hört nicht im Foyer auf. Vor allem in den Arbeits- und Funktionsbereichen fehlt es an Barrierefreiheit. Die setzen Verantwortliche erst um, wenn jemand kommt, der oder die sie benötigt. Problematisch ist der Teufelskreis: Wer nicht barrierefrei aufgestellt ist, stellt auch niemanden mit Behinderung ein. Im Arbeits- und Funktionsbereich kann man aber eigentlich viel freier und einfacher bei Umbauten agieren als im Foyer. Idealerweise bezieht man die Betroffenen für den Umgestaltungsprozess mit ein. Manchmal braucht es nur eine klappbare Rampe.

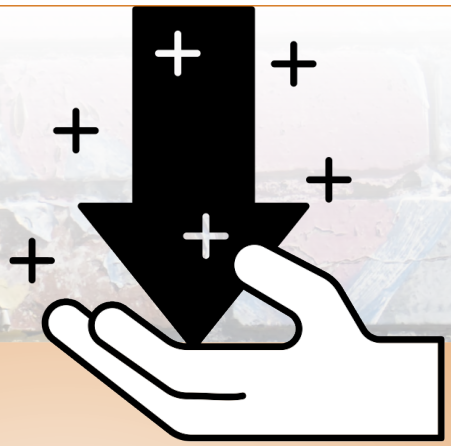
■ Wir sprachen über Deine eigene berufliche Reise. Wo bist Du aktuell beschäftigt?

Ich bin seit ein paar Monaten im Berliner Friedrichstadt-Palast als Licht- und Videooperator angestellt und hier sehr glücklich. Im Stellwerk sind wir ein fünfköpfiges Team und während der Vorstellung immer mindestens zu zweit. Zusätzlich sind noch acht Beleuchter:innen sowie ein:e Beleuchtungsmeister:in mit dabei.

Ich war schon 2013 mit der Hochschule bei einer Backstageführung zu Besuch und fand das Haus beeindruckend. Dass ich 10 Jahre später ein Teil des Ensembles sein darf, zeigt mir, dass es sich lohnt, für seine Ziele zu kämpfen.

■ Die Faszination Licht ist also weiter da?

Es ist ein tolles Gefühl, im Zusammenspiel mit den Akteuren auf der Bühne den richtigen Cue zu drücken. Diese Faszination lässt nicht nach.



Förderung der Beschäftigung

Unternehmen, die Menschen mit einer Schwerbehinderung beschäftigen, können sich finanziell fördern lassen. Zuschüsse gibt es zu Arbeitsplatzgestaltung, Qualifizierung, Assistenz oder Lohnkostenzuschüssen. Neben einer sogenannten Regelförderung führen Bund und Länder auch Sonderförderprogramme durch.

Talentplus – Das Portal zu Arbeitsleben und Behinderung: Förderfinder

Talentplus – Arbeitsplätze behinderungsgerecht gestal-

Daniel Ali

Fabian Stoffers

Kollektiv für barrierefreie Kulturangebote

Die Initiative Barrierefrei Feiern ist seit 2019 ein bundesweites Kollektiv aus Menschen mit Behinderung und ihren Verbündeten, das sich für barrierefreie Kulturangebote einsetzt. Über ihre Beratungsagentur „Wir kümmern uns“ (WKU) vermitteln das Kollektiv Experten in eigener Sache. Diese beraten und begleiten Veranstalter, Festivals, Kulturbetriebe, Kommunen, Kollektive, Vereine und Verbände, um inklusive Kulturstrategien zu entwickeln.

Passende Maßnahmen

Das Motto dabei: „Wir wollen nicht appellieren, wir schaffen offene Wege und gehen diese mit! Wir wissen, was zu tun ist und helfen dabei, die richtigen Maßnahmen auf den Weg zu bringen."

Als visionäres Sozialunternehmen entstand WKU im Jahr 2021 aus dem Stakeholder-Projekt „Initiative Barrierefrei Feiern" (IBF), einem bundesweiten Kollektiv von Menschen mit unterschiedlichen Behinderungen.

Federführend Menschen mit Behinderung

WKU versteht sich nicht als „Charity-Organisation", sondern als Anbieterin von professionellen Services und fachlicher Expertise, deren Ausführung und Vermittlung entsprechend finanziell vergütet werden. Nach dem obersten Inklusions-Gebot „Nichts über uns ohne uns!" sind an allen Projekten federführend Menschen mit Behinderung beteiligt, viele davon selbst Kulturschaffende und Fachkräfte der Veranstaltungswirtschaft, aber vor allem Musik- und Kulturfans.

Viel Potenzial für den Arbeitsmarkt: Menschen mit Behinderung

Trotz des Fachkräftemangels missachtet der Arbeitsmarkt weiter die Potenziale von Menschen mit Behinderung. Zu diesen Ergebnissen kommt das Inklusionsbarometer, das das Handelsblatt Research Institute in 2022 im Auftrag der Aktion Mensch erstellt hat. Nahezu die Hälfte aller Menschen mit Behinderung ohne Erwerbstätigkeit ist mindestens ein Jahr arbeitslos – ein Plus von fünf Prozentpunkten im Vergleich zum Vorjahr. Erholung und Fortschritt der Inklusion auf dem Arbeitsmarkt scheitern dabei insbesondere an der Beschäftigungsbereitschaft der Unternehmen.

Aktion Mensch: Inklusionsbarometer Arbeit 2022

Ausgleichsabgabe statt Beschäftigung

Etwa 173.000 Unternehmen in Deutschland sind gesetzlich dazu aufgefordert, mindestens fünf Prozent ihrer Arbeitsplätze an Menschen mit Behinderung zu vergeben. Während lediglich rund 40 Prozent dieser Unternehmen alle Pflichtarbeitsplätze besetzen, beschäftigen 25 Prozent keinerlei Arbeitnehmer mit Behinderung. Sie entziehen sich gänzlich ihrer Verpflichtung und zahlen stattdessen die volle Höhe der sogenannten Ausgleichsabgabe.

Positive Erfahrungen

Die derzeitige Einstellungspolitik ist umso kritischer vor dem Hintergrund der positiven Erfahrungen von Unternehmen zu bewerten, die Menschen mit Behinderung beschäftigen: 80 Prozent geben laut einer repräsentativen Befragung im Rahmen der Studie an, keine Leistungsunterschiede zwischen Kollegen mit und ohne Behinderung wahrzunehmen.

Stabile Arbeitsverhältnisse

Einmal auf dem Arbeitsmarkt angekommen, bewertet das Gros der Angestellten mit Behinderung den Einsatz ihrer Fähigkeiten als adäquat: 89 Prozent bestätigen, dass sie ihren beruflichen Qualifikationen entsprechend eingesetzt werden. Gleichzeitig erweisen sich bestehende Arbeitsverhältnisse als stabil – im Jahr 2021 gab es mit 19.746 so wenig Anträge auf Kündigung von Menschen mit Behinderung wie noch nie seit Erscheinen des ersten Inklusionsbarometers.

BERLINER HANDBÜCHER

Vorhang auf für rechtssichere Veranstaltungen

Handbuch des Veranstaltungsrechts

Hrsg. von **Prof. Dr. iur. Dr. rer. pol. Dr. phil. Marcel Bisges**, LL.M., RA und Prof. für Urheber- und Medienrecht an der SRH Hochschule Berlin, Berlin

2., neu bearbeitete und erweiterte Auflage 2023, XLIII, 871 Seiten, inkl. Zugang zu einem digitalen Add-on, fester Einband, € 138,–. ISBN 978-3-503-23677-0
eBook: € 125,90. ISBN 978-3-503-23678-7
Berliner Handbücher

»… auch für Nicht-Juristen (…) unverzichtbar, da es für wesentliche veranstaltungsrechtliche Aspekte sensibilisiert und hilft, typische Fehler zu vermeiden.«

Vittorio Loparco, zur Vorauflage, in: Kommunikation & Recht, 11/2017

Online informieren und versandkostenfrei bestellen:
www.ESV.info/23677

ESV ERICH SCHMIDT VERLAG
Auf Wissen vertrauen

Erich Schmidt Verlag GmbH & Co. KG · Genthiner Str. 30 G · 10785 Berlin
Tel. (030) 25 00 85-265 · Fax (030) 25 00 85-275
ESV@ESVmedien.de · www.ESV.info

Zentrale Ergebnisse des Inklusionsbarometers Arbeit 2022

Gesamtwert

113,2

Das Inklusionsbarometer Arbeit zeigt verglichen mit der letzten Gesamterhebung von 2017 eine verschlechterte Inklusion von Menschen mit Behinderung am ersten Arbeitsmarkt an. Es berücksichtigt jeweils die Inklusions**lage** und das Inklusions**klima** mit 50 Prozent. Während sich die Inklusionslage verglichen zum Vorjahr verbessert hat, verschlechterte sich das Inklusionsklima verglichen mit dem Jahr der letzten Klimaerhebung (2017).

⊖ zum Jahr 2017 mit **114,2**

Lagefaktoren

mehr als

1,14

Millionen Beschäftigte

⊖ zum Vorjahr mit 1,15 Mio.

Arbeitslosenquote Menschen mit Behinderung

11,5 %

⊖ zum Vorjahr mit 11,8 %

Beschäftigungslücke bis zum Erreichen der Pflichtquote von 5 %:

52.383

⊖ zum Vorjahr mit 52.566

Anteil der Unternehmen die keinen Pflichtarbeitsplatz besetzen:

25,8 %

⊕ zum Vorjahr mit 25,5 %

33 %

mehr Menschen mit Behinderung arbeiten in Kleinbetrieben als noch 2015.

Arbeitslose Menschen mit Behinderung:

172.484

⊕ zum Vorjahr mit 169.691

Davon Langzeitarbeitslose (ein Jahr und länger)

46,5 %

⊕ zum Vorjahr mit 41,2 %

Zum Vergleich: Anteil von langzeitarbeitslosen Menschen ohne Behinderung:

39,3 %

⊕ zum Vorjahr mit 30,3 %

Tage, die Arbeitslose mit Behinderung länger nach einer neuen Beschäftigung suchen

85

⊖ zum Vorjahr mit 96 Tagen

Digitalisierung

Chance oder Risiko für Menschen mit Behinderung auf dem Arbeitsmarkt? Das sagen die Unternehmen:

Eher Chance	**78 %**
Eher Risiko	**12 %**
Weder noch / sowohl als auch	**10 %**

Nur 3 Prozent

der Unternehmen haben in Folge der Digitalisierung mehr Menschen mit Behinderung eingestellt.

Keine Unterstützung bei der Nutzung digitaler Technologien im Unternehmen:

24 %

der Arbeitnehmer*innen

„Die Entwicklungsmöglichkeiten für Menschen mit Behinderung am Arbeitsmarkt haben sich durch digitale Technologien verschlechtert."

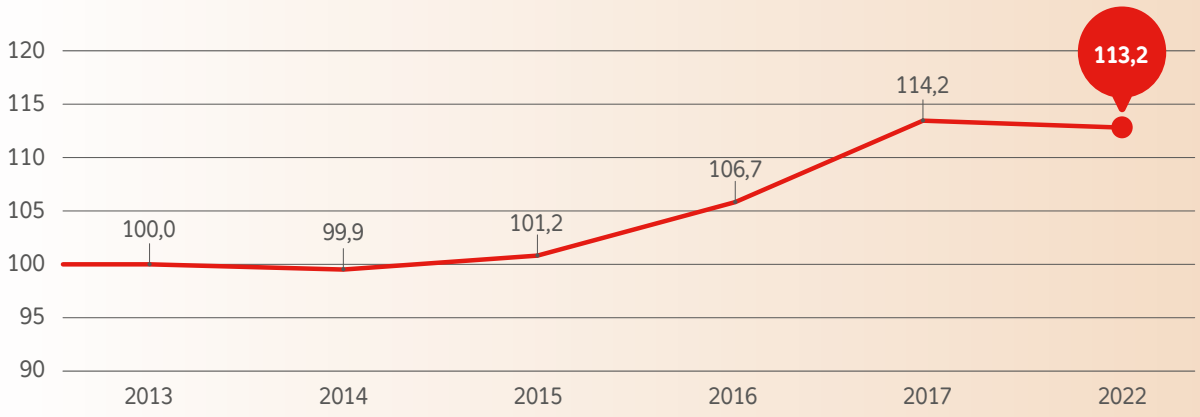
16 %

der Arbeitnehmer*innen

1 %

der Unternehmen

Gesamtergebnis: Leichte Verschlechterung auf dem Arbeitsmarkt



Inklusionsklima

Schriftliche Grundsätze zur Integration von Menschen mit Behinderung:

33 %

der Unternehmen

⊜ zum Jahr 2017

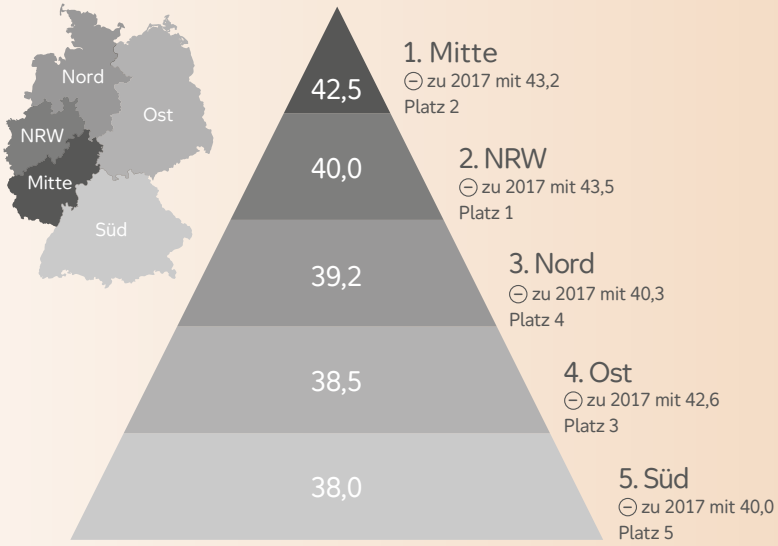
41 %

der kleinen Unternehmen, die mindestens einen Menschen mit Behinderung beschäftigen, kennen die staatliche Förderung nicht.

⊕ zum Jahr 2017 mit 39 %

Inklusionsklima: Regionale Ergebnisse

Ein Barometerwert von über 50 zeigt ein positives Inklusionsklima an.

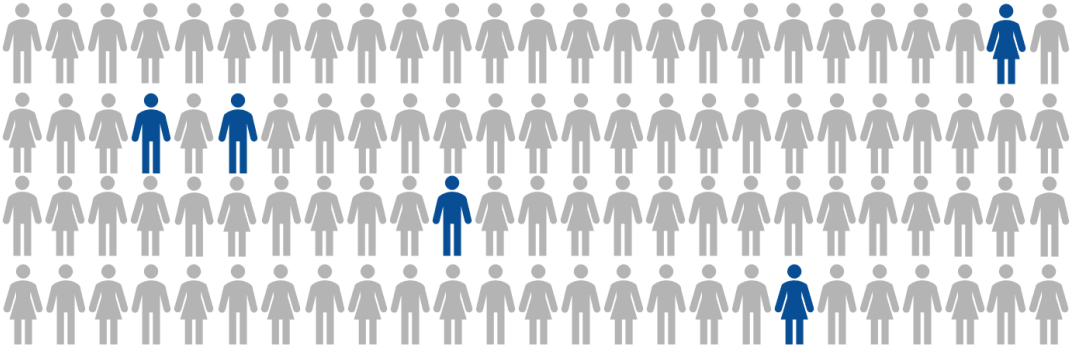


→ Alle Umfrageergebnisse und das Inklusionsbarometer Arbeit 2022 finden Sie auf: www.aktion-mensch.de/inklusionsbarometer

Für das Inklusionsbarometer Arbeit 2022 wurden 800 abhängig beschäftigte Menschen mit anerkannter Schwerbehinderung sowie 500 Personalverantwortliche in Unternehmen mit mindestens 20 Mitarbeiter*innen, die auch Menschen mit anerkannter Schwerbehinderung beschäftigen, befragt.

Pflicht zur Inklusion

In Deutschland sind Arbeitgeber mit mindestens 20 Arbeitsplätzen gesetzlich verpflichtet, mindestens fünf Prozent ihrer Arbeitsplätze mit schwerbehinderten Menschen zu besetzen. Erfüllen sie diese Quote nicht, zahlen sie eine sogenannte Ausgleichsabgabe, die je nach Erfüllungsquote gestaffelt ist.



Pflichtarbeitsplätze

5% *der Arbeitsplätze eines Unternehmens müssen in Deutschland mit schwerbehinderten Menschen besetzt sein.*

Das sind die sogenannten Pflichtarbeitsplätze.

Sonderegelungen für kleine Unternehmen

Weniger als 20 Arbeitsplätze
kein Pflichtarbeitsplatz
(nicht beschäftigungspflichtig)

20 bis weniger als 40 Arbeitsplätze
1 Pflichtarbeitsplatz
(= 1 schwerbehinderter Mensch)

40 bis weniger als 60 Arbeitsplätze
2 Pflichtarbeitsplatz
(= 2 schwerbehinderte Menschen)

REHADAT
© 2023

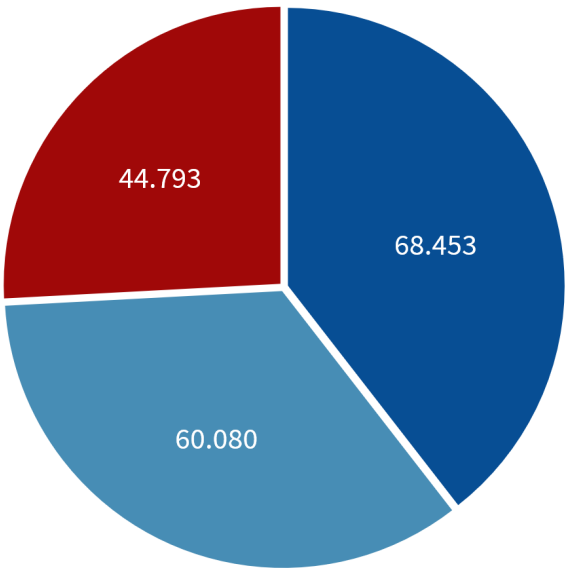
Ausgleichsabgabe

Die Bundesregierung hat inzwischen eine Erhöhung der Ausgleichsabgabe beschlossen: Ab 2024 sollen Unternehmen, die keine Menschen mit Schwerbehinderung einstellen, als Ausgleich 720 Euro an den Staat zahlen. Da für das Jahr rückwirkend gezahlt wird, wäre die erste Abgabe im Frühjahr 2025 fällig. Bis zu 360 Euro kostet es pro Monat bisher für jede nicht entsprechend besetzte Arbeitsstelle, ab März 2025, wenn die Abgabe für das Jahr 2024 fällig wird, soll die Abgabe damit bis zu doppelt so hoch liegen.

Mit den finanziellen Mitteln, die der Staat durch die Ausgleichsabgabe einnimmt, soll die Integration von Menschen mit Behinderung in den Arbeitsmarkt gefördert werden.

Beschäftigungspflichtige Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber

2020 gab es in Deutschland 173.326 beschäftigungspflichtige Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber. Davon haben 128.533 schwerbehinderte Menschen beschäftigt. 44.793 haben keine beschäftigt. 68.453 mussten keine Ausgleichsabgabe zahlen.



- Beschäftigungspflicht erfüllt
- Beschäftigungspflicht teilweise erfüllt
- Kein besetzter Pflichtarbeitsplatz

Quelle: Bundesagentur für Arbeit 2022

MEINGIG.MEINTRAUM.
MEINJOB!

Fernweh? Werde Teil der *Mein Schiff* Crew und bewirb dich jetzt um einen Job im Bereich:

VERANSTALTUNGSTECHNIK
w/m/d

Entdecke mit uns die Welt und erlebe deine #WorldClassMoments

Bewirb dich jetzt bei sea chefs:
seachefs.com/ms-entertainment
Die besten Jobs an Bord | Welt. Klasse. Team.
sea chefs

LEGAL

Das neue Siegel von VPLT und TÜV Rheinland unterstützt Firmen, sich dank Zertifizierung stärker für die Zukunft aufzustellen. Wir schauen außerdem, wie es Firmenchefs gelingt, passende Nachfolger zu finden.

◀ Inhalt

Ein Siegel, sie zu zertifizieren

VPLT und TÜV Rheinland kooperieren für das neue Siegel „TÜV Rheinland zertifizierter Veranstaltungsdienstleister“. Es ersetzt das bisherige Siegel der DPVT. Ein Gespräch mit Olaf Seiche, Head of Customized Auditing Solutions bei TÜV Rheinland, über Ziele wie eine größere Marktdurchdringung und die Vorteile des neuen Siegels für Firmen und Branche.

■ VPLT und TÜV Rheinland kooperieren für das bekannte Siegel der Deutschen Prüfstelle für Veranstaltungstechnik GmbH. Sein Name ändert sich nun in „TÜV Rheinland zertifizierter Veranstaltungsdienstleister“. Können Sie sagen, wie der aktuelle Stand ist?

Unternehmen können sich ab sofort mit dem neuen Siegel zertifizieren lassen. Natürlich möchten wir es in den kommenden Jahren ausbauen. Deutschland hat einen Markt von rund 50.000 Unternehmen, für die eine solche Zertifizierung hilfreich sein könnte. Der reine Veranstaltungsmarkt ist natürlich deutlich größer. Allein für das kommende Jahr streben wir 50 Zertifizierungen an. Es hat sich auf internationaler Ebene etabliert, dass die Auditoren einmal im Jahr das Unternehmen für eine Rezertifizierung unter die Lupe nehmen. Entsprechend werden wir die Taktung erhöhen.

Wir bestätigen schließlich mit unserem Standard, dass die Firma ein System aufrechterhält. Erhöhte Taktung verringert aber auch den Aufwand. Im Hinblick auf Kosten sollte es deshalb nicht wesentlich teurer werden. Die Verantwortung für die Inhalte hat nach wie vor der Eigner des Standards, also der VPLT. Er berät den TÜV Rheinland mit seinem Beirat hinsichtlich der Qualitätskriterien. Natürlich kommentieren wir einmal jährlich, was sich im Audit bewährt hat oder wo es Chancen für mehr Entwicklung gibt.

■ Mit TÜV Rheinland gibt es nun einen neuen Absender. Welche Vorteile bringen Sie mit?

TÜV Rheinland ist eine Marke, die in Deutschland jeder kennt und die seit Jahrzehnten erfolgreich Hunderttausende Prüfungen abgeschlossen hat. Auch die Kunden der Unternehmen mit dem Siegel „TÜV Rheinland zertifizierter Veranstaltungsdienstleister“ haben mehr Vertrauen, wenn sie Dienstleistungen einkaufen. Sie sind bei Faktoren wie Nachunternehmerhaftung, Ausfallsicherheit, Lieferkettensorgfaltspflicht oder Arbeitslohn auf der sicheren Seite. Im Übrigen arbeiten auch Mitarbeiter lieber in zertifizierten Firmen, weil diese ihre Prozesse definiert haben. Neue Mitarbeiter lassen sich damit leichter gewinnen.

Wir haben bereits zahlreiche Kunden aus der Veranstaltungsbranche und können diese und deren Kunden ansprechen. Ich schätze, dass es circa 24.000 Kunden sind, die wir hier bereits betreuen. Dazu zähle ich Unternehmen, aber auch Kommunen, die sich mit dem Thema Event beschäftigen. Audits und Zertifizierungen sind unser Tagesgeschäft, das wir professionalisiert haben. Wir machen, salopp gesagt, nichts anderes. Wir sind routiniert in der Abwicklung und vereinfachen Prozesse effizient. Wir verfügen über entsprechende Ressourcen und kennen die Rechtsrisiken. Hinzu kommt unser spezialisiertes Personal. ▸▸

Außerdem verfügen wir in der Lobbyarbeit über gute Kontakte zur Politik. Eventuell lässt sich eine solche Zertifizierung in eine entsprechende behördliche Verordnung einbringen. Die Inhalte von „TÜV Rheinland zertifizierter Veranstaltungsdienstleister“ könnten dann in Ausschreibungen enthalten sein. Damit gibt es in der Folge eine Verpflichtung, sich zertifizieren zu lassen. So trennt man die Spreu vom Weizen. Denn bisher gab es als wesentliches Kriterium nur den Preis oder eventuell die ISO 9000. Wenn ich mit dem TÜV Rheinland zertifiziert bin, kann ich mich im Markt also ganz anders durchsetzen. Obendrein liefern die Audits wichtige Impulse, wie man als Geschäftsführer sein Unternehmen ganzheitlich verbessern kann.

■ Welche Möglichkeiten haben Firmen, die bereits über das Siegel der DPVT verfügen?

Grundsätzlich können DPVT-Siegelinhaber ihr Zertifikat in ein „TÜV Rheinland zertifizierter Veranstaltungsdienstleister“ wandeln und damit die gesteigerte Absenderkompetenz und den Bekanntheitsgrad des TÜVs, vor allem im internationalen Umfeld, nutzen. Es reicht natürlich nicht zu sagen, dass man nun gern über das neue Siegel verfügen möchte. Natürlich schauen wir uns vorher die letzten Auditberichte und beim Dokumentcheck die Ergebnisse an.

■ Sie sprachen Audits und damit die Auditoren schon an. Wie sind Sie hier aufgestellt?

Wir arbeiten weiter mit den bisherigen Auditoren, die die DPVT bereits ausgebildet hat und die auf dem Markt buchbar sind. Im ersten Jahr bilden wir sie mit Trainingsprogrammen weiter fort. Bei unserem Personal greifen wir zudem zurück auf technisch versierte Auditoren oder Diplom-Ingenieure, die wir für diesen Standard schulen können. Zurzeit sind wir also noch im grünen Bereich. Aber mit deutlich mehr Zertifizierungen benötigen wir mehr Auditoren. Bisher waren bei der DPVT Experten aus der Veranstaltungswirtschaft tätig, die ihre Funktion als Auditoren im Nebenberuf ausgeübt haben.

Als TÜV beschäftigen wir für hoheitliche Prüfungen, wie Kfz-Prüfungen, feste Mitarbeiter. Solche Prüfungen dürfen wir nicht fremdvergeben. Das gilt aber nicht für die Prüfungen von Qualitätsmanagement. Ich schätze, dass wir beim TÜV rund 150 fest beschäftigte Auditoren haben und noch mal rund 400 Externe. Wir brauchen die Nebenberufler auch deshalb, weil wir zeitliche Spitzen auffangen müssen. Einen Großteil unseres Umsatzes machen wir zum Beispiel im letzten Quartal, weil sich Unternehmen dann erst um das Jahresziel ihrer Zertifizierung kümmern.

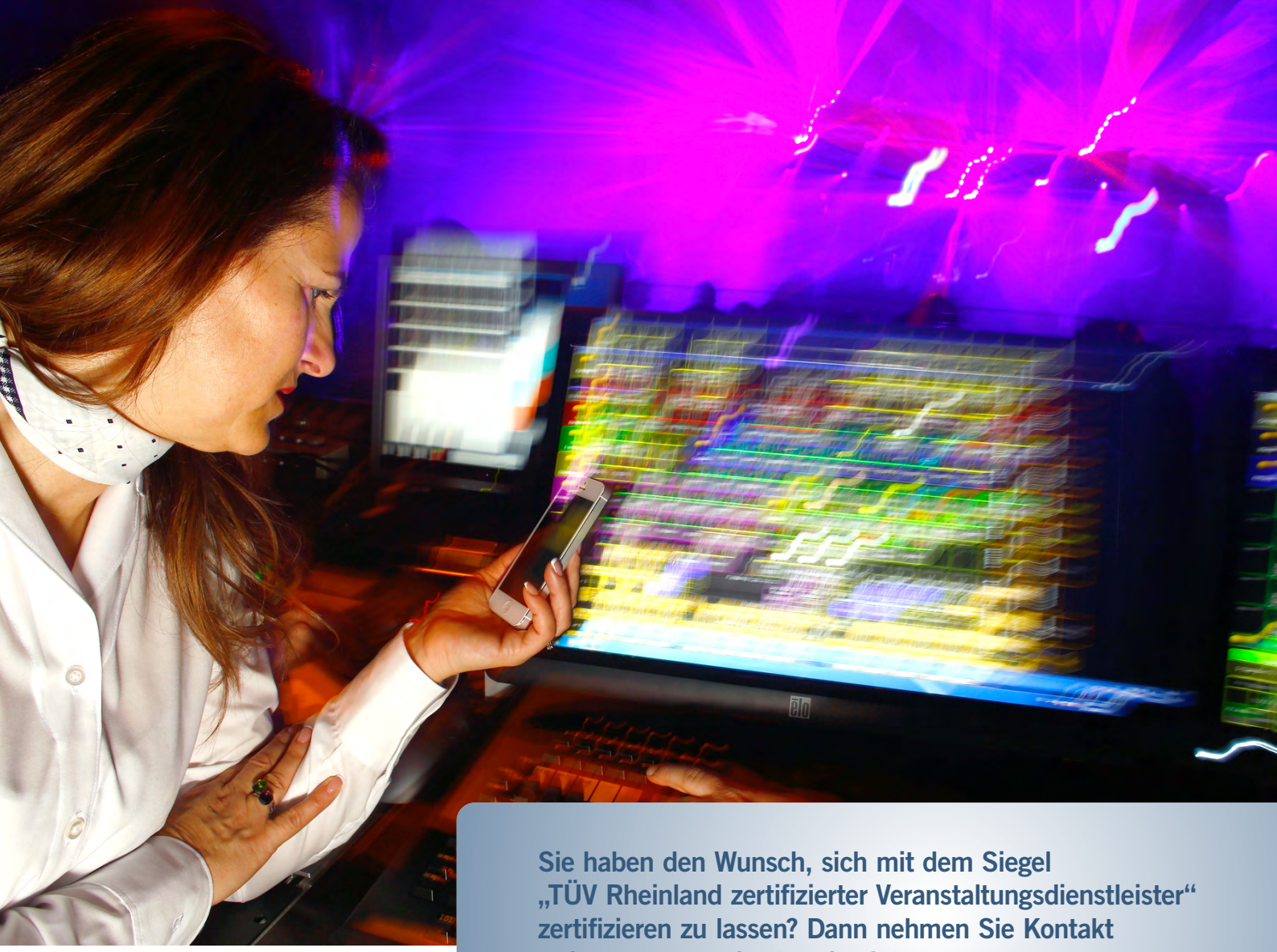
■ Geprüft hat die DPVT bisher in den vier Bereichen Unternehmensprozess, Arbeitsschutz, Produktionsablauf und Finanzstruktur. Können Sie sich weitere Bereiche vorstellen?

Langfristig ist das Thema Nachhaltigkeit relevant. Man muss allerdings aufpassen, solche Siegel nicht zu überfrachten. Sie müssen auch immer die Kunden der Zertifikatsinhaber im Auge behalten. Diese lesen die Nummer des Zertifikats und schlagen den Inhalt in unserer Datenbank nach. Wenn das Siegel dann zu viel Themen umfasst, machen Sie sich irgendwann unglaubwürdig. Ich empfehle, sonst über ein weiteres Siegel nachzudenken. Da wir weltweit unterwegs sind, kann es Sinn machen, das Siegel irgendwann international anzubieten. Dann muss man es vor allem an die jeweilige nationale Gesetzgebung anpassen.

■ Sie sagten mal, das bisherige Siegel sei auf dem aktuellen Level qualitativ bereits hochwertig und tiefgreifend. Im Vergleich zum Qualitätsmanagementsystem DIN EN ISO 9000 zertifiziert es nicht allein die Prozesse, sondern auch die Ergebnisse. Können Sie diesen Zusammenhang genauer erklären?

Bei der ISO 9000 analysiere ich die Prozesse, definiere sie und stelle über ein Audit sicher, ob das Unternehmen sie einhält. Das Ergebnis spielt aber eine untergeordnete Rolle. Gerade die Wirtschaftlichkeit ist bei der ISO 9000 wirklich nur am Rande relevant. Beim Siegel „TÜV Rheinland zertifizierter Veranstaltungsdienstleister“ prüfen wir entlang eines roten Fadens dagegen die gesamte Unternehmensführung.

Im Rahmen des Audits besuchen wir sogar eine der Veranstaltungen, die die Firma umsetzt, analysieren ihre Dokumentation und schauen auf Faktoren wie Kalkulation, Abrechnung, also das Ergebnis. Wir gehen tief in die Praxis. Wir überprüfen ausdrücklich, ob die Firma alle Gesetze einhält, zum Beispiel beim Mindestlohn oder in der Arbeitssicherheit. Wer unser Siegel erhält, kann zu Recht behaupten, dass er wirtschaftlich und gesetzeskonform agiert.



Sie haben den Wunsch, sich mit dem Siegel „TÜV Rheinland zertifizierter Veranstaltungsdienstleister“ zertifizieren zu lassen? Dann nehmen Sie Kontakt auf unter customizedservice@de.tuv.com.

■ Das Siegel soll nicht nur den Unternehmen helfen, sich besser aufzustellen. Auch die gesamte Branche profitiert von einem professionelleren Auftritt. Kennen Sie Beispiele, wie Ihnen das schon gelungen ist?

Ein anschauliches Beispiel sind die Spielgeräteaufsteller, bei denen wir eng mit einem Dachverband zusammenarbeiten. Ziel war, die illegalen Akteure von den legalen zu trennen und die Kontrolldichte zu erhöhen. Dafür haben wir unter anderem einen Standardkatalog mit Qualitätskriterien entwickelt. Offen angesprochen haben wir die Probleme der Branche wie Jugendschutz oder Suchtverhalten.

Es ist uns gerade gelungen, diese Standards zur Akkreditierung bei der Deutschen Akkreditierungsstelle zu bringen. Firmen, die sich nicht zertifizieren lassen, haben das Problem, dass sie unter Umständen ihre Spielhallen schließen müssen. Online sind Überwachungen für Spiele zwar schwer. Aber im terrestrischen Markt kann man mit Ordnungsbehörden erfolgreich agieren. Ähnliches ist es mit Zertifizierungen bei der Altautomatenentsorgung gelungen. Natürlich schauen wir als TÜV Rheinland, welche Ziele ein Geschäftspartner verfolgt. Compliance und unsere Ethikgrundsätze spielen eine große Rolle. Das Zertifikat am Telefon, das man billig vermarktet, gibt es bei uns nicht. Für uns wird es interessant, wenn jemand wie ein Verband für seine Branche auf lange Sicht die Spreu vom Weizen trennen möchte.

■ Was reizt Sie persönlich an Ihrem Job? Sie sind wahrscheinlich eine Art TÜV-Urgestein.

Ich mag, dass ich keine zwei Tage dieselbe Tätigkeit ausübe und mich ständig in neue Prozesse und Firmen eindenken muss. Ich bin jetzt seit rund zwanzig Jahren beim TÜV Rheinland beschäftigt. Ich kenne aber Kollegen, die seit 30 oder 40 Jahren dabei sind. Im Vergleich zu denen bin ich fast ein Neuling *(lacht)*.

Wer übernimmt mein Lebenswerk?

Ob Altersgrenze, Krankheit, berufliche Veränderung oder neue familiäre Verhältnisse – sehr viele Unternehmer müssen sich auf die Suche nach einem Nachfolger für ihre Firma machen und wollen sie in gute Hände übergeben. Wir sprechen mit Victoria Wessel, Fachanwältin für Handels- und Gesellschaftsrecht bei BRANDI Rechtsanwälte, was dabei zu beachten ist, welche Rolle der Verkehrswert spielt und welche Fallstricke es gibt.

BRANDI RECHTSANWÄLTE

Victoria Wessel
Rechtsanwältin und Notarin
✆ +49 5251 7735 - 0
victoria.wessel@brandi.net

■ Immer mehr Unternehmer, die in Rente gehen, suchen in Deutschland einen passenden Nachfolger, der ihre Firma übernimmt. Was fällt alles unter die sogenannte Unternehmensnachfolge?

Unter dem Begriff der Unternehmensnachfolge werden verschiedene Situationen verstanden: Es geht sowohl um die geplante Weitergabe eines Unternehmens an einen designierten Nachfolger, zum Beispiel einen verdienten Mitarbeiter oder innerhalb der Familie. Auch ein Verkauf und eine Übergabe an einen Dritten kann aber in Betracht kommen.

Unabhängig von diesen eher langfristig geplanten Schritten sollte außerdem jedes Unternehmen auf den Eintritt eines Notfalls vorbereitet sein, für den Fall also, dass der Inhaber persönlich plötzlich ausfällt. Als Vorsorgemaßnahmen kommen insbesondere die Erteilung von Vollmachten, die Bestellung von Prokuristen oder weiteren Geschäftsführern oder die Aufnahme weiterer Gesellschafter in Betracht. Die Details hängen von den Eigenheiten des jeweiligen Unternehmens ab – zum Beispiel der Rechtsform, der Größe und der Frage, welche geeignete Person zur Verfügung steht. Wir als Juristen helfen dabei, für das konkrete Unternehmen die passende Lösung zu finden und umzusetzen.

■ Welches sind aus Ihrer Sicht der Fachanwältin die ersten Schritte bei einer Unternehmensnachfolge?

Neben dieser Notfallvorsorge stellt sich aus Sicht eines jeden Inhabers irgendwann auch die Frage, was mit seinem Unternehmen passiert, wenn er selbst kürzertreten oder aufhören will. Hier kann es je nach Einzelfall sehr viele verschiedene Ausgangssituationen geben.

Der Weg der Unternehmensnachfolge beginnt mit der Frage danach, wer sich als Nachfolger überhaupt eignet beziehungsweise wie man einen geeigneten Nachfolger findet. In unserer Beratungspraxis steht die Person des Nachfolgers häufig schon fest, sodass wir an dieser Vorbereitung in der Regel nicht beteiligt sind. Bei der Suche können auch branchenspezifische Nachfolgebörsen und Vermittler helfen.

Je nachdem, welche Person als Nachfolger vorgesehen ist, kann man die Umsetzung der Übergabe unterschiedlich gestalten. Bereits bei der Wahl zwischen den verschiedenen Gestaltungen sollte man rechtliche und steuerliche Berater einbinden.

■ Können Sie ein paar Beispiele für die Gestaltung der Übergabe geben?

Man kann ein Unternehmen zum Verkehrswert verkaufen. Der Unternehmenswert ist einer der zentralen Aspekte bei der Übergabe und Nachfolge von Unternehmen. Den absolut richtigen und objektiven Unternehmenswert gibt es jedoch nicht. Vielmehr ist der Kaufpreis, der bei einem Verkauf letztlich vereinbart wird, regelmäßig das Ergebnis von Verhandlungen.

Nimmt der Übernehmer Geld in die Hand, um ein vorhandenes Unternehmen zu erwerben, ist für ihn von zentraler Bedeutung, dass er sich vorher mit dem Unternehmen beschäftigen und den Kaufgegenstand prüfen kann. Dies wird regelmäßig in einer sogenannten „Due Diligence“ umgesetzt. In ihr erhält der potentielle Erwerber Zugang zu Unternehmensinterna, um sie zu prüfen. Es ist zum Schutz der Firma ratsam, vorab eine Verschwiegenheitsvereinbarung mit dem Interessenten abzuschließen. Bereits bei der Gestaltung dieser Vereinbarung und der Durchführung der Prüfungsphase ist es sinnvoll, Rechtsrat einzuholen. Juristen prüfen beispielsweise auch, ob wichtige Verträge im Fall der Unternehmensweitergabe Bestand hätten, zum Beispiel Miet- oder Pachtverträge, langfristige Lieferverträge oder Auftragsverhältnisse. Teilweise enthalten sie sogenannte „Change-of-control-Klauseln“. Sie ermöglichen dem Vertragspartner, sich vom Vertrag loszulösen, wenn der Inhaber wechselt. Solche Risiken sollte ein potentieller Erwerber vorher kennen. Die Resultate der „Due Diligence“ können auch Einfluss auf die Kaufpreisverhandlungen haben.

■ Gibt es noch andere Möglichkeiten, jemandem seine Firma zu übergeben?

Der Inhaber kann sein Unternehmen natürlich auch verschenken oder unter dem Verkehrswert verkaufen. In bestimmten Situationen kann dies für beide Seiten der richtige Weg sein – in diesem Fall muss man aber insbesondere das Schenkungssteuerrecht im Auge behalten. Steuerliche Freibeträge und Steuerbefreiungen sind an bestimmte Voraussetzungen geknüpft. Steuerexperten sollten die Gestaltung deshalb begleiten und so sicherstellen, dass man sie einhält.

■ Was ist bei den Verträgen zu beachten?

Wenn dieser grobe Rahmen der Übernahme geklärt ist, beschäftigen sich die Juristen mit den Details der Vertragsgestaltung. In rechtlicher Hinsicht hängt dabei viel von der Frage ab, welche Rechtsform vorliegt. Diese ist beispielsweise maßgeblich dafür, inwiefern der Übernehmer vor der Haftung für Altverbindlichkeiten geschützt ist, ob die notarielle Beurkundung des Vertrags erforderlich ist und welche begleitenden Schritte notwendig sind. Wird ein Unternehmen als Einzelunternehmen geführt, kann es sogar notwendig und ratsam sein, es vorher in eine haftungsbeschränkte Rechtsform umzuwandeln. Sowohl der bisherige Unternehmensinhaber als auch sein Nachfolger sollten im Übrigen gemeinsam über die Kommunikation der Übergabe nach außen nachdenken. Das betrifft sowohl das Verhältnis gegenüber Mitarbeitern als auch gegenüber Geschäftspartnern.

■ Sie haben Juristen und Steuerexperten bereits angesprochen. Welche externe Beratung braucht es generell?

So wie jedes Unternehmen seine Eigenarten hat, bedarf auch jede Unternehmensnachfolge einer personalisierten Beratung, die die Besonderheiten des Einzelfalls im Blick behält. Es fällt insofern schwer, allgemeine Ratschläge zu geben. Für jede Unternehmensnachfolge gilt indes: Man sollte früh genug anfangen, die richtigen Weichen zu stellen. Die Erfahrung zeigt, dass die Gedanken, die man sich über dieses Thema macht, reifen müssen. Es ist stets mit unvorhergesehenen Entwicklungen zu rechnen. Bestimmte Schritte müssen längerfristig vorbereitet werden. Zeitdruck ist bei einem so wichtigen Thema nur hinderlich.

Gesucht wird: Nachfolger

Rund 100.000 mittelständische Unternehmen sollen nach den Plänen ihrer Inhaber jährlich an Nachfolger übergeben oder verkauft werden. Das sind alleine in den Jahren 2022 und 2023 rund 5 Prozent aller 3,8 Millionen kleinen und mittleren Unternehmen in Deutschland. Rund zwei Drittel der kurzfristigen Nachfolgen, bis Ende 2023, waren Mitte 2023 bereits erfolgreich geregelt, wie das KfW-Nachfolgemonitoring zeigt.

◂ Inhalt

In den kommenden Jahren dürfte das Thema zunehmend an Brisanz gewinnen: Die Anzahl der Unternehmen mit älteren Inhabern steigt kontinuierlich. Gegenwärtig sind bereits 31 Prozent der Unternehmerschaft 60 Jahre oder älter – das sind etwa 1,2 Millionen und damit rund drei Mal mehr als noch vor 20 Jahren. Nur noch jeder zehnte Inhaber ist unter 40 Jahren alt. Selbst bei aktivem Engagement wird das Unterfangen, das Unternehmen an einen Nachfolger zu übergeben, nicht oder nicht reibungslos gelingen.

Hürden für Nachfolgeprozess

Es gibt zahlreiche Hürden, an denen der Nachfolgeprozess stecken bleiben oder scheitern kann: Mit Abstand an vorderster Front bei den Schwierigkeiten wird von Inhabern der Mangel an geeigneten Nachfolgern genannt, mit dem sich mehr als drei Viertel (79 Prozent) aller Mittelständler konfrontiert sehen. Ursächlich dafür ist eine strukturelle Nachfolgelücke, die zum einen demografisch begründet ist: Auf die geburtenstarke Baby-Boomer-Generation folgen deutlich schwächer besetzte Jahrgänge.

Zum anderen entsteht die Nachfolgelücke durch ein seit Jahren geringes Gründungsinteresse, das wiederum niedrige Gründungszahlen nach sich zieht. Die Knappheit von Interessenten wird demnach mehr als doppelt so oft als Hürde für eine Unternehmensnachfolge genannt wie die zweithöchste, die Einigung auf einen Kaufpreis (34 Prozent). Auf den weiteren Rängen folgen bürokratischer Aufwand (28 Prozent), rechtliche und steuerrechtliche Komplexität (24 Prozent) sowie Sicherstellung der Finanzierung (14 Prozent).

Favorit Familie

Generell ist der Wunsch, die Nachfolge innerhalb der Familie zu regeln, weiter sehr ausgeprägt – 53 Prozent aller Mittelständler favorisieren diese Variante, gefolgt von einem Verkauf an Externe (45 Prozent) oder Mitarbeiter (26 Prozent).

Weiterführende Links

- Checkliste für Übergeber
- Checkliste für Nachfolger
- Nachfolgebörse
- IHK Notfallhandbuch
- Nachfolgewiki
- Erfolgsbeispiele Dossier Nachfolge

Green Events

**Es grünt so grün – auch in der Eventbranche.
Wir sprechen mit einer Agentur, einem Künstler und der Messewirtschaft über neue Wege zu mehr Umweltschutz.**

◂ Inhalt

Don Kaveen

Foto: Don Kaveen

◀ Inhalt

Marcus Werner

Von könnte zu machen

Vor zwei Jahren haben Sarah Lüngen (li.) und Katrin Wipper die Agentur The Changency gegründet. Sie engagieren sich für mehr Nachhaltigkeit in der Musikindustrie und beraten dazu Firmen und Festivals. Wir sprechen mit Katrin Wipper über konkrete Erkenntnisse aus Event-Projekten, Impulse für eine Verkehrswende und den praktischen Nutzen von Hopfen-Dünger aus Komposttoiletten.

The Changency

■ Ihr habt bei dem Projekt „Plant a SEEED“ zum ersten Mal wissenschaftlich untersucht, wie große Events der Livemusik die Umwelt schädigen beziehungsweise welche Maßnahmen dagegenwirken. Im Mittelpunkt standen fünf ausverkaufte Seeed-Konzerte in der Berliner Parkbühne. Das Projekt liegt jetzt ein Jahr zurück und wir haben bereits darüber berichtet. Welche Erkenntnisse hast Du daraus gewonnen?

Spannend fand ich generell, dass wir zeigen konnten, dass das Publikum beim Thema Nachhaltigkeit oft schon weiter ist, als wir es erwarten würden. Das ist ein wichtiges Signal. Wir hören in der Branche viele gefühlte Wahrheiten, dass das Publikum angeblich nicht so weit sei oder sogar Verkaufszahlen wegbrechen würden. Das stimmt einfach nicht.

72 Prozent mögen vegetarische Gastronomie, 55 Prozent sogar mit rein veganen Angeboten. Die Leute haben das also nicht nur in Umfragen bestätigt, sondern diese Einstellung vor Ort gelebt. Wir konnten das durch die Verkaufszahlen bei den SEEED Konzerten vor Ort belegen. 94 Prozent der Besuchenden haben auch gesagt, dass sie einen Euro mehr für ihr Ticket bezahlen würden, wenn dieser als Solidaritätsticket für weniger begünstigte Menschen verwendet würde. Weitere wichtige Erkenntnis: Ein Viertel der Konzertbesucherinnen und Konzertbesucher hat durch die Anreise aus ganz Deutschland den größten Teil der CO^2-Emissionen, also 75 Prozent, im Bereich Mobilität ausgemacht.

■ Bei einem anderen Projekt mit den Ärzten und den Toten Hosen, dem Labor Tempelhof, stand vor allem die Kreislaufwirtschaft im Mittelpunkt. Was sind da erste Ergebnisse?

Interessant waren hier Innovationen im Bereich Sanitäranlagen. 30 Prozent der Toiletten waren Komposttoiletten. Wir haben darin 150 Kubikliter Feststoffe und 15 Kubikliter Urin gesammelt und es in Dünger umgewandelt. Ich finde das inspirierend. Denn Nachhaltigkeit ist oft mit Verzicht und einem negativen Narrativ belegt. Dieses Beispiel zeigt dagegen, dass man beim Umweltschutz Abenteuergeist für Innovation entwickeln kann. Diesen Aspekt, Neues auszuprobieren, finde ich reizvoll. Der kommt zu kurz.

■ Man geht also aufs Klo und leistet seinen Beitrag.

Ja, entscheidend ist der Kreislauf. Man schließt den Kreislauf, weil man menschliche Exkremente als Dünger für Pflanzen nutzt. Wir haben das wissenschaftlich begleitet und festgestellt, dass keine schädlichen Stoffe im Humus enthalten sind. Leider ist dieses Prinzip jedoch in der Düngemittelverordnung hierzulande noch nicht erlaubt. Wir hoffen natürlich, dass sich das ändert.

In den Niederlanden oder in Dänemark ist es bereits möglich. Beim Roskilde Festival hat man den Urin der Besucher verwendet, daraus Phosphordünger entwickelt und damit den Hopfen für das Bier gedüngt. Die haben also statt Pilsner „Pisner“ ausgeschenkt. Schaut man sich Festivals auf europäischer Ebene an, sind diese den deutschen Events um ein paar Jahre voraus. Das Roskilde Festival bezieht zum Beispiel NGOs, Unis und Start-ups mit ein, um nachhaltige Innovationen vor Ort zu testen und ihnen eine Bühne zu geben. Das Festival DGTL in Amsterdam ist in den Bereichen Sanitär, Abfall und Ernährung inzwischen zu 100 Prozent kreislauffähig.

■ Ihr arbeitet mit einigen Bands zusammen. Hast Du einen Gesamtblick auf die Branche?

Ich glaube, hinter den Kulissen passiert mehr, als wir wahrnehmen. Die Angst vor Greenwashing ist weitverbreitet, also nur etwas umzusetzen, damit man sich ein grünes Image verschafft. Viele möchten mit ihren ersten Maßnahmen nicht in die Öffentlichkeit gehen, wenn diese bislang nicht perfekt funktionieren. Ich sehe das Engagement für mehr Nachhaltigkeit aber als eine konstante Entwicklung. Man kann nicht schon überall perfekt sein. Auch wir als Agentur sprechen transparent über Fehler und Maßnahmen, die nicht funktioniert haben. ▸▸

■ Welche Projekte betreut Ihr aktuell?

Wie schon gesagt, haben wir bei Plant a SEEED herausgefunden, dass das anreisende Publikum die Hauptquelle von CO^2-Emissionen bei Großveranstaltungen ist. Ein Nachfolgeprojekt ist deshalb TICKET TO RIDE. Bei ihm untersuchen wir genauer diese nachhaltige Publikums-Anreise. Dafür kooperieren wir unter anderem mit der Band AnnenMayKantereit. Zu ihrer Sommertour in diesem Jahr kamen rund 250.000 Fans.

Die Shows fanden teils in Ballungszentren, teils in ländlichen Gebieten statt und hatten damit unterschiedliche infrastrukturelle Voraussetzungen. Mit einer Umfrage-App haben wir den Anreiseweg und die genutzten Verkehrsmittel abgefragt. Im nächsten Jahr liegen uns detaillierte Ergebnisse vor. Diese werden wir im Anschluss veröffentlichen. Sie dienen als Handlungsleitfaden für die Veranstaltungsbranche und als Argumente für eine Politik hin zu einer nachhaltigen Verkehrsinfrastruktur.

Wir planen einen runden Tisch mit Personen aus der Eventbranche, der Politik und dem Verkehrssektor. Sprechen wollen wir dann über Herausforderungen und Verantwortungsbereiche, aber auch Lösungen.

Es gibt zum Beispiel Veranstaltungsorte, die infrastrukturell nicht so angebunden sind, dass bestimmte Konzepte umsetzbar sind.

■ Du sprichst die Zielgruppen an. Das sind sehr viele Protagonisten. Wen siehst Du als Treiber, um mehr Nachhaltigkeit voranzubringen?

Wir glauben, dass die Livemusikbranche mit ihren Großveranstaltungen wegweisende Impulse für eine Verkehrswende geben kann. Definitiv sind die Bands wichtige Treiber. Sie sind intrinsisch motiviert und möchten das Thema anschieben. Sie haben eine Vorbildfunktion. Sie stehen auf der Bühne und können mit ihrer Reichweite Fans positiv beeinflussen. Wenn eine Billie Eilish auf ihrer Tour NGOs fördert, ihr Touring nachhaltig gestaltet oder über ihre pflanzenbasierte Ernährung spricht, bewirkt das bei ihren Fans mehr Veränderung, als wenn ein Cem Özdemir zur Ernährungswende aufruft. Hinzu kommen externe Faktoren wie neue Gesetzgebungen. Auf europäischer Ebene passiert mit dem Green Deal sehr viel. Bereits 2025 müssen große Firmen und ihre Zulieferer in Form eines Nachhaltigkeitsberichts belegen, welche Maßnahmen sie in 2024 umgesetzt haben. Das betrifft auch die Eventbranche.

◂ Inhalt

■ Du hast ein paar Maßnahmen aufgezählt. Dennoch scheint es verwirrend viele Ansätze zu geben. Kannst Du eine Schneise schlagen? Welche machen Sinn?

Wichtig ist erstens der Bereich Publikum. Wie ermögliche ich es ihm, nachhaltig anzureisen? Zweitens Energie: Weltweit ist der Preis für erneuerbare Energien günstiger als jede andere Energiequelle. Vielleicht spart man sogar ein paar Euro, wenn man den Stromanbieter wechselt. Wer drittens die Ernährung so pflanzlich wie möglich gestaltet, taucht nebenbei in neue kulinarische Welten ein. Das wären für mich die drei größten Hebel. Der Abfall ist nicht der größte Emissionshebel, aber sichtbar und emotional behaftet. Die Künstlerinnen und Künstler sollten im Merchandising zum Beispiel T-Shirts fair produzieren lassen.

Ein großer Hebel ist auch die Kommunikation. Bei TICKET TO RIDE hat sich gezeigt, wie man die Kanäle der Ticketanbieter, der Bands oder Telegramgruppen nutzen kann, um über ÖPNV, Mitfahrgelegenheiten oder kostenlose Fahrradparkplätze zu informieren. Ich finde, dass Nachhaltigkeit ein sehr identitätsstiftendes, bereicherndes Thema ist. Es verbindet und kann die Kommunikation zu den Fans verbessern.

■ Was mache ich denn, wenn ich als Unternehmen eigene Nachhaltigkeitskonzepte entwickeln und umsetzen möchte?

Als Agentur gestalten wir Konzerte und Festivals nachhaltiger. Wir beraten aber auch. Wir können uns zwar nicht klonen, aber unser Wissen an Verantwortliche weitergeben. Deshalb bieten wir mit dem „Club of Change“ eine berufsbegleitende Nachhaltigkeitsweiterbildung an. Wir geben dabei als Expertinnen jede Menge praxisnahes Handlungswissen. Nach der Weiterbildung kennst Du zum Beispiel die Prinzipien von strategischer Nachhaltigkeit und Kreislauffähigkeit, die wichtigsten Handlungsfelder von Mobilität bis Energie, inspirierende Beispiele und psychologische Treiber und Hindernisse, Nachhaltigkeitskonzepte erfolgreich umzusetzen. Die Weiterbildung hat zehn Online-Module, mit insgesamt 35 Stunden. Ein paar Plätze sind noch frei.

Wir werden in der Mitte des Jahrhunderts auf unserem Planeten sehr wahrscheinlich die Zwei-Grad-Schwelle der Erderwärmung erreichen. Damit kommen wir in Bereiche, die für uns als Gesellschaft gravierende Auswirkungen haben werden. Wir brauchen deshalb ein Kollektiv von mehr Engagierten und Macherinnen und Macher für eine bessere, gerechtere, inspirierendere Welt für alle.

Auf Roadtrip im Elektrobus

Wie gelingt aus Sicht der Künstler mehr Nachhaltigkeit auf der Bühne? Wir sprechen mit Reggae-Sänger und Songwriter Patrice Bart-Williams über Elektroroadtrips, umweltschonendes Vinyl aus Frittenfett und den Traum vom Selbstversorgerstudio in der Karibik.

Foli Creppy

◂ Inhalt

■ Konzerte sind bisher alles andere als umweltfreundlich – mit Strom für die Bühne, Reise von Band und Fans oder Müll vor Ort. Aus Sicht des Künstlers: Wie nimmst Du die Eventbranche in Bezug auf Nachhaltigkeit wahr?

Ich erinnere mich an die Zeit der Corona-Pandemie. Da mussten sich alle verkleinern oder alternative Modelle finden. Man hatte das Gefühl, dass es den Veranstaltern entgegenkommt, wenn Konzerte kleiner und damit nachhaltiger werden. Da gab es viele Gespräche für mehr Umweltschutz und Effizienz und alle waren dabei. Als die Liveevents nach der Pandemie aber wieder starteten, war das plötzlich nicht mehr präsent. Ganz im Gegenteil. Es hieß eher – ich brauche mehr Jobs!

Vieles geht von den Künstlern aus. Die stehen jedoch vor dem Dilemma, dass sie zwar nachhaltiger touren wollen, aber gleichzeitig damit ihr Geld verdienen. Du musst immer kreativer sein, um Deine Show auf die Bühne zu bringen und das richtige Verhältnis zwischen Ökonomie und Ökologie zu finden. Nach der Pandemie sind außerdem überall die Kosten explodiert, also für Personal, Sprit etc. Die Gagen für Künstler sind nicht unbedingt gestiegen, ganz im Gegenteil. Große Konzerte sind erfolgreicher denn je. Das Phänomen gibt es überall. Es ist ein wenig wie bei einem Anbieter wie Amazon, der stetig wächst, während kleine Läden schließen müssen. Als Künstler profilierst Du Dich damit, wie groß Deine Bühne oder Deine Lichtshow ist. Es bleibt aber die Nachhaltigkeit auf der Strecke, wenn Events immer gigantischer werden.

■ Welche Lösungen verfolgst Du?

Wo es viel Ambition gibt, gibt es leider auch viel Green Washing. Es sollte also mehr passieren, als nur zu Slogans zu verkünden. Wir versuchen mit unserem Team kleine Ansätze. Wir touren mit zwei Elektrobussen und einem Anhänger. Das ist eine ziemliche Challenge, wenn wir ständig zum Tanken stoppen müssen.

Irgendwie schweißt ein solcher Elektroroadtrip aber zusammen und macht Spaß. Weitere Ansätze sind der Verzicht auf Plastikflaschen. In Frankreich, wo ich viel unterwegs bin, ist das noch ein größeres Problem als in Deutschland. Auch Akkus kann man nachhaltiger pflegen. Das sind alles kleine Beiträge.

Die Herausforderung ist, denselben Show-Effekt mit weniger Footprint auf die Bühne zu bringen. Es ist eben schwer, eine große Beschallungsanlage oder eine Lichtshow allein mit Solar- oder Windenergie zu powern. Innovative Technologie kommt uns da eigentlich entgegen. Auf der anderen Seite hat sich das Tourleben nicht allzu sehr verändert. Wir touren wie vor 70, 80 Jahren. Tourbusse müssen eben laufen und zwar ununterbrochen, weil wir darin leben. Da hat sich nicht viel getan.

Der größte Faktor für Verbesserung ist die Ab- und Abreise der Besucher. Hier arbeiten wir für einen nachhaltigen Verkehr mit Städteverbänden oder Carsharing-Unternehmen zusammen. Wir kommunizieren solche Angebote an die Fans, um sie zu mehr Umweltschutz zu animieren. Wir agieren eng mit Green Nation vom Ticketanbieter Live Nation. Das ist eine globale Plattform für mehr Nachhaltigkeit. Wir haben dort einen Ansprechpartner, mit dem wir für Lösungen direkt zusammenarbeiten.

■ Du lebst als Kosmopolit in Deutschland, Frankreich und Jamaika. Wie nimmst Du Deutschland beim Thema Umweltschutz wahr?

Wir nehmen in Deutschland unser Pfandsystem als selbstverständlich hin. Das gibt es aber so vorbildlich nur in diesem Land. Ich finde krass, wie in anderen Ländern Wasser mit sehr viel Plastikflaschen konsumiert wird. Auch bei der Mülltrennung ist Deutschland weit vorn. Allerdings weiß ich nicht, was danach mit den Rohstoffen passiert.

■ Hat sich Dein eigenes Bewusstsein bei dem Thema im Laufe der Jahre geändert?

Ich fand das schon wichtig, als es noch nicht Trend war. In meiner Familie war ich immer der Treiber. In einem Internat, wo ich zur Schule gegangen bin, habe ich als 15-Jähriger eine Satire über den Grünen Punkt geschrieben. Das war mein bester Aufsatz überhaupt. Den hat die Schule sogar aufgehängt. Der ist da immer noch eingerahmt.

■ Aber nicht, weil Du inzwischen berühmt bist?

Nee, weil der gut war. ▸▸

■ Vinyl feiert zurzeit ein kleines Comeback. Hier setzt Du auf nachhaltige Materialien, auf Bio-Vinyl.

Bio-Vinyl wird aus recyceltem Frittenfett hergestellt. Damit erreicht man eine nachhaltige PVC-Lieferkette. Das Altspeiseöl ersetzt also das bisherige Erdöl. Bei der Herstellung lässt sich CO^2 einsparen und es ist zu 100 Prozent recycelbar. Ich habe die Testpressung gehört und fand die genauso gut.

Akustisch und optisch ist das Produkt also identisch zu bisherigem Vinyl und damit eine Alternative. Man muss keine Materialien importieren. Für mich macht das Sinn. Ich bin einer der ersten Künstler, der das umsetzt, und frage mich, warum dieses Angebot nicht alle nutzen. Ich hoffe, dass sich das durchsetzt.

Wir neigen alle dazu, Dinge so zu machen, wie wir es immer tun. Nachhaltig und progressiv zu sein, geht aber oft Hand in Hand. Das finde ich gut.

■ Aber man kann die Platte nicht essen?

Stimmt, das ist der erste Gedanke. Man riecht auch daran. Aber es riecht genauso wie normales Vinyl.

■ Du baust Dir gerade auf Jamaika ein Tonstudio. Steht das mitten im Dschungel?

Mehr oder weniger. Es befindet sich auf einem Hügel. Drumherum ist nur viel Grün. Man hat einen weiten Blick auf Orangenplantagen. Da gibt es keine Straßen. Wir mussten dort alles hochschaffen. Es fing an mit sieben Eseln, die das Baumaterial transportierten. Es ist ein Projekt von Clive Hunt, einem legendären Reggae-Produzenten. Wir machen dafür gemeinsame Sache. Innen ist es bereits ausgebaut und verkabelt. Es fehlt noch die Ausgestaltung und das Equipment. Ich hatte schon immer den Traum einer Selbstversorgeroase mit Tonstudio.

■ Schreibst Du Deine Songs in Paris oder Berlin anders als in Kingston oder im Regenwald?

Das geht im Grunde überall. Ich muss mich als Künstler dafür neu finden, in einen neuen Bewusstseinszustand bringen. Da ist die Wechselbeziehung zwischen Dir und der Umwelt wichtig. Ich spiele dafür gern mit neuen Perspektiven, ob nun innovatives Equipment oder eine andere Umgebung. Man muss immer wieder zum Anfänger werden und sich neu zusammensetzen.

■ In 2024 startet Deine neue Tour. Bist Du nervös?

Nein, ich fühle mich auf der Tour und auf Festivals am wohlsten. Ich liebe es, wenn ich live spielen kann. Schon immer. Ich musste eher das Drumherum lernen, also ein solches Interview zu geben.

■ Seit November 2023 ist Dein neues Album „9“ heraus. „Live‘s Blood“ hast Du zuletzt 2016 veröffentlicht. Das hat mich an Sade erinnert. Die gönnt sich immer zehn bis zwanzig Jahre Pause und bringt dann, wenn sie gerade Lust hat, mal wieder ein neues Album heraus. Weniger ist mehr, sehr nachhaltig.

Die geht damit aber trotzdem auf 1. Daran muss ich noch arbeiten *(lacht)*.

PATRICE LIVE

„THE 9 TOUR“

19.02.2024
DE-Heidelberg /// Karlstorbahnhof

20.02.2024
CH-Bern /// Bierhübeli

21.02.2024
CH-Zürich /// Plaza

23.02.2024
AT-Graz /// PPC

24.02.2024
AT-Wien /// Flex

25.02.2024
DE-Nürnberg /// Hirsch

26.02.2024
DE-München /// Ampere

28.02.2024
DE-Berlin /// Columbia Theater

01.03.2024
DE-Hamburg /// Mojo Club

02.03.2024
DE-Köln /// Gloria

03.03.2024
DE-Essen /// Zeche Carl

04.03.2024
DE-Frankfurt a. Main /// Zoom Club

Tickets gibt es hier

Patrice: Tour 2024 und Album „9“

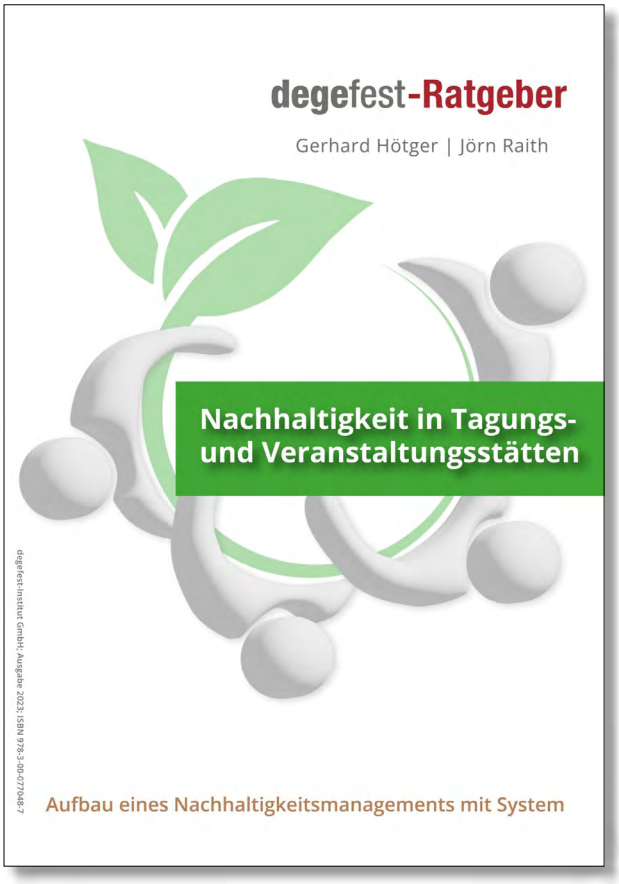
20 Jahre musikalische Reise, neun vielschichtige und genreübergreifende Alben und ein Musiker, der sich in dieser Zeit mit bewegt, wächst und wandelt. Im November 2023 hat Patrice sein neues Album „9“ veröffentlicht. Er schuf ein Stück, das diese Reise widerspiegelt und nimmt das Publikum auf seiner Tour im kommenden Jahr mit. „9“ entstand in den letzten Jahren zwischen Kingston, Paris und Berlin und trägt den stetigen Flow des Lebens in sich. Seit 2017 war er nicht mehr auf Tour, aber 2024 kann das Publikum Patrice und sein neues Album wieder live erleben.

patrice.net

Ratgeber: Nachhaltigkeit in Tagungs- und Veranstaltungsstätten

Der Fachverband für die Kongress- und Seminarwirtschaft (degefest) hat einen 132 Seiten starken Ratgeber herausgegeben, der Informationen zu den drängenden Nachhaltigkeitsthemen von und für Veranstaltungsstätten bietet.

Die Autoren Gerhard Hötger (degefest-Tagungsstättenprüfer) und Jörn Raith (Vorsitzender des degefest), beide langjährige Geschäftsführer von Tagungs- und Veranstaltungszentren, haben dazu Fachwissen zusammengetragen und beschreiben ganzheitlich die aktuellen Anforderungen an ein Nachhaltigkeitsmanagement-System. Ergänzt wird das Werk durch zahlreiche redaktionelle Beiträge (Fachwissen, Benchmarks, Best Practice) von Fachleuten aus der Tagungswirtschaft sowie der Wissenschaft.



Mehr Pflichten zu Berichten

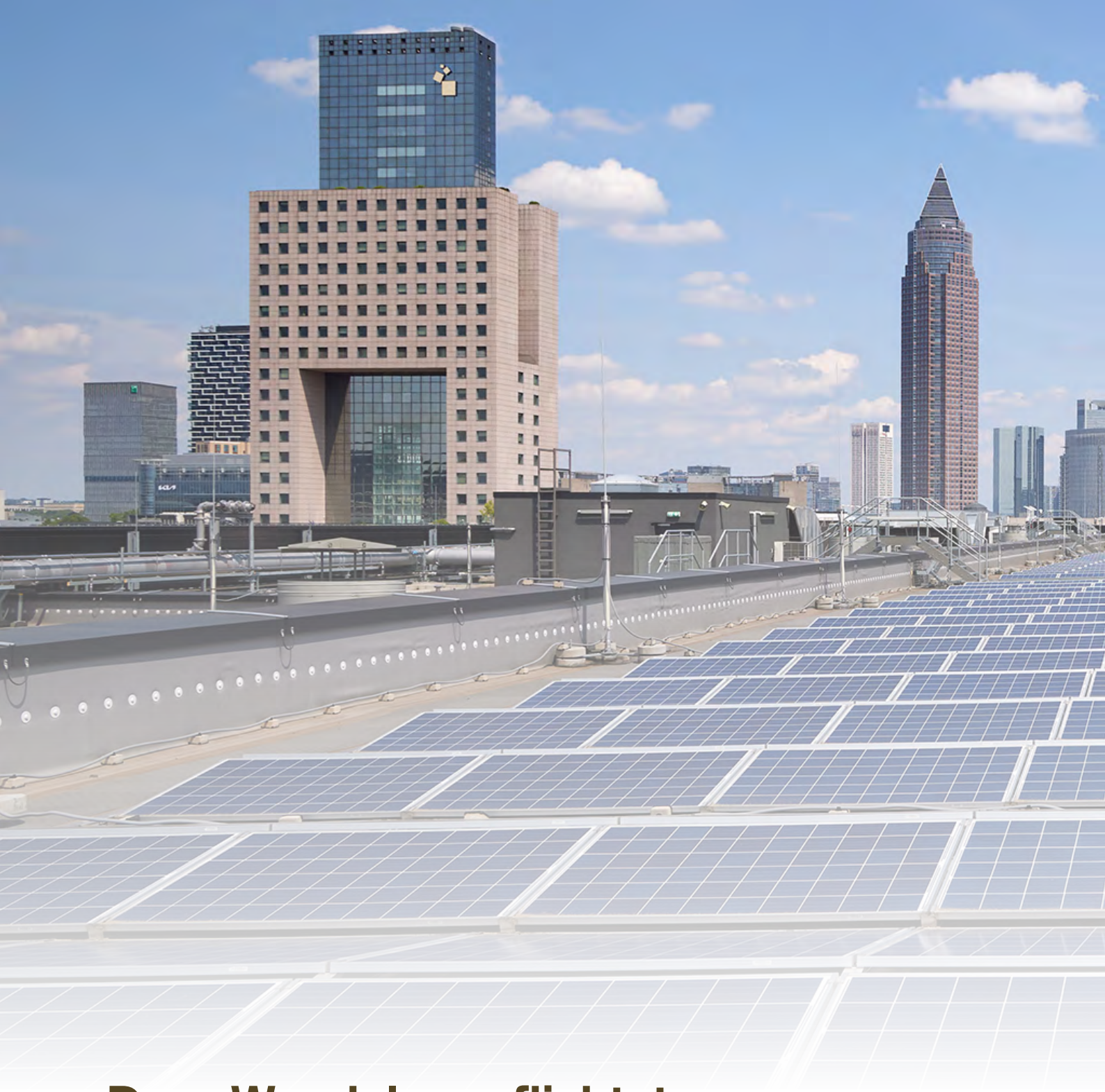
Gerade die CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive) wird einschneidende Veränderungen in Deutschland mit sich bringen. Und das betrifft nicht nur die dann über 15.000 Nachhaltigkeitsberichtspflichtigen Unternehmen und Organisationen (aktuell sind es 500), die sich zukünftig CSRD-konform aufstellen müssten. Auch oder gerade die Tagungsbranche ist davon besonders betroffen. Sei es, dass die – berichtspflichtigen – Kunden CO2-Fußabdrücke einfordern, sei es, dass die Tagungs- und Veranstaltungsstätten in Teilen selbst berichtspflichtig werden.

Verbandsmitglieder erhalten den degefest-Ratgeber kostenfrei.
Interessierte können das PDF (ISBN 978-3-00-077048-7) beim Fachverband degefest (info@degefest.de) für 19,50 Euro kaufen.

◀ Inhalt

CO_2-Fußabdruck einer Tagungsstätte
Scope 3
Emissionen der vor- und nachgelagerten Wertschöpfungskette
Scope 2
Emissionen, die indirekt – außerhalb des Betriebs – freigesetzt werden
Scope 1
Emissionen, die direkt – im Betrieb – freigesetzt werden
Klimaziel

© degefest



Dem Wandel verpflichtet

Die Messe Frankfurt hat erfolgreich das Audit für das international anerkannte Umweltmanagementsystem nach EMAS absolviert. Wir sprechen mit Wolfgang Marzin, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Frankfurt, über die Gründe für die neue Zertifizierung und Herausforderungen auf dem Weg zur Klimaneutralität.

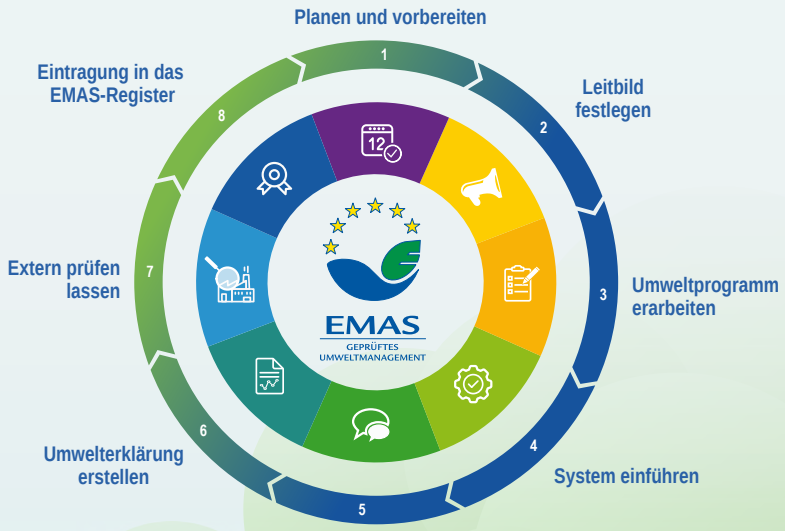
■ Sie führen gerade das international anerkannte Umweltmanagementsystem EMAS ein. Warum hat sich die Messe Frankfurt dafür entschieden?

Es ist unser verbindliches Ziel, die Messe Frankfurt am Heimatstandort bis spätestens 2040 klimaneutral zu machen. Darunter verstehen wir Treibhausgasneutralität und die Etablierung eines nachhaltigen Wassermanagements. Mit der EMAS-Zertifizierung haben wir nun ein weltweit anerkanntes Instrument an der Hand, mit dem wir unsere Fortschritte konsequent messbar und transparent aufzeigen können und das uns maßgeblich hilft, unser Ziel zu erreichen

■ Welche Rolle spielt es im Zusammenhang mit Ihren anderen Maßnahmen für mehr Umweltschutz und wie „verzahnen“ Sie sie?

Unser nachhaltiges Handeln steht auf einem breiten Fundament an Selbstverpflichtungen und Maßnahmen. Wir nehmen an ESG-Ratings teil und unterstützen nationale und internationale Nachhaltigkeitsinitiativen. Wir sind Teilnehmer des United Nations Global Compact, der Charta der Vielfalt sowie des Nachhaltigkeitskodex fairpflichtet. Und als erste deutsche Großmesse haben wir die EMAS-Zertifizierung, also Eco-Management und Audit Scheme, absolviert. ▸▸

Wie EMAS funktioniert



MEHR LEISTUNG FÜR DIE UMWELT

Mit dem Eco-Management and Audit Scheme (EMAS) können Unternehmen und Organisationen ihren gesellschaftlichen Beitrag zum Klima- und Umweltschutz leisten.

Wir erstellen einen jährlichen Umweltstatusbericht, in dem wir unsere Fortschritte dokumentieren. Die Verzahnung erreichen wir, indem wir alle relevanten Fachbereiche eingebunden und bereichsspezifische Teilziele vereinbart haben, die wir verfolgen. Begleitet wird dies von unserem interdisziplinären Sustainability Board.

■ Die Messe Frankfurt engagiert sich schon länger rund um dieses Thema. Wo lagen dennoch Hürden, die Sie meistern mussten?

Es war eine Herausforderung, innerhalb eines Jahres alle am Standort Frankfurt tätigen Gesellschaften – Messe Frankfurt GmbH mit den Gesellschaften Messe Frankfurt Exhibition GmbH und Messe Frankfurt Venue GmbH sowie die Tochterunternehmen Messe Frankfurt Medien und Service GmbH und Accente Gastronomie Service GmbH – an EMAS heranzuführen und zu sensibilisieren, wie sie für ihren eigenen Verantwortungsbereich Ziele zur Verbesserung der Umweltleistung definieren. Mit der Erstzertifizierung ist es ja nicht getan. Aber sie ist die Ausgangsmessung für systematische Fortschritte.

Gelernt haben wir vor allem, wo die wirksamsten Hebel sind, so dass auch Investitionsentscheidungen begründeter getroffen werden können. Eine Herausforderung ist, die Balance zu halten zwischen Ökologie und Ökonomie. Denn am Ende sind wir ja auch ein Wirtschaftsunternehmen, das seine Investitionen erwirtschaften muss.

■ Welche Rolle spielen solche Zertifikate für Ihre Zielgruppen?

Sowohl für unsere Gesellschafter, die Stadt Frankfurt und das Land Hessen, als auch für Veranstalter, ausstellende Unternehmen und Besucherinnen und Besucher ist es von großer Bedeutung, dass die Messe Frankfurt als nachhaltiges Unternehmen ihre Bemühungen zur Erreichung ihrer Umweltziele messbar und transparent messbar und damit überprüfbar macht.

Schon heute fragen uns unsere Kundinnen und Kunden aktiv nach bestimmten Zertifikaten. Immer mehr Gastveranstalter buchen nur noch Gelände, die über entsprechende Zertifikate ihre Umweltverträglichkeit beziehungsweise deren Verbesserung nachweisbar machen. Und auch unsere Kunden achten darauf, dass ihre Marktpartner, Lieferanten und Dienstleister zunehmend klimaneutral agieren. Für uns bedeutet das auch, den Messeplatz Frankfurt in der Disziplin Umweltschutz auf eine Top-Position zu bringen und zu halten.

■ Einige Unternehmen kritisieren, dass hohe Investitionen in Umweltschutz auch zu Nachteilen gegenüber Wettbewerbern führen können, die diese Investitionen scheuen. Wie beurteilen Sie das?

Ja, und das ist auch richtig so. Wie soll sich sonst etwas verändern? Ein Wettbewerb um die beste Umweltbilanz ist doch ein starker Motor für positive Veränderungen.

■ Es gibt inzwischen unübersichtlich viele Siegel und Zertifikate auf dem Markt. Verliert man nicht irgendwann die Übersicht?

Ja, da ist schon was dran. Wir gehen davon aus, dass hier mittelfristig auch eine qualitative Bereinigung stattfinden muss und wird. Wir schauen schon sehr genau hin, wo wir uns engagieren.

Wir haben uns für EMAS entschieden, da die Zertifizierung von wiederum zertifizierten, also geprüften und zugelassenen Prüfern vorgenommen wird. Damit ist ein hohes Qualitätsniveau gegeben, das uns wichtig ist. Wir sind glücklich, diese Entscheidung aus eigenem Antrieb frühzeitig getroffen zu haben. Zumal EMAS inzwischen vom Gesetzgeber gefordert wird und wir davon ausgehen müssen, dass die Nachfrage nach entsprechenden Prüfern bald sehr hoch sein wird. Mit der jetzt erreichten Erstzertifizierung können wir systematisch die nächsten Etappen anpeilen und so Schritt für Schritt unser Ziel erreichen.

„Die Veranstaltungen der Messe Frankfurt sind die weltweiten Innovationsplattformen ihrer Branchen und setzen immer wieder aufs Neue Maßstäbe für die Zukunft."

Wolfgang Marzin, Vorsitzender der Geschäftsführung

ura Schepers

ECONOMIC

Das ifo Institut sorgt mit seinen neuen und aktuellen Konjunkturumfragen in der Veranstaltungswirtschaft für mehr Durchblick und ein Stimmungsbarometer. Positive wie negative Trends lassen sich so leichter nachvollziehen.

Wo steht die Veranstaltungsbranche nach drei schwierigen Jahren?

Die Veranstaltungsbranche wurde sehr hart von den Auswirkungen der Corona-Pandemie getroffen und kam dabei nahezu zum Erliegen. Anschließend führte jedoch der Nachholbedarf der Verbraucher*innen bei Konzerten und Kulturveranstaltungen zu einer guten Auftragslage und einem Aufschwung für die Branche. Dieser Aufschwung wird jedoch durch die hohen Inflationsraten belastet. Aber wo steht die Branche aktuell? Der Artikel gibt Antworten auf Basis der Ergebnisse der ifo Konjunkturumfragen. Es zeigt sich, dass die Stimmung gegenwärtig, wie in der Gesamtwirtschaft, abgekühlt ist. Auch der Ausblick auf die kommenden Monate ist eher verhalten. Zudem ist die Branche stark vom Fachkräftemangel betroffen.

■ Im Verlauf der Corona-Pandemie wurde die Bedeutung der Veranstaltungswirtschaft sowohl für die Volkswirtschaft als auch für die Gesellschaft als solche deutlich sichtbar. Ein ganzer Wirtschaftszweig kam zum Erliegen, mit weitreichenden wirtschaftlichen und sozialen Folgen. Events wie Konzerte oder Messen konnten größtenteils gar nicht oder nur unter sehr strengen Hygienemaßnahmen stattfinden. Die Veranstaltungswirtschaft ist durch eine sehr große Heterogenität geprägt. Sie reicht von Künstler*innen über Cateringfirmen bis hin zu Konzertveranstaltern. Aber auch der Messebau wird darunter subsumiert. Entsprechend weitreichend gestaltet sich die Organisation der Branche. Zahlreiche Verbände wie der **BDKV** (Bundesverband der Konzert- und Veranstaltungswirtschaft) oder der **FAMA** (Fachverband Messen und Ausstellungen) vertreten die Interessen der Branche. Zusätzlich haben sich die einzelnen Verbände zum **„Forum Veranstaltungswirtschaft"** zusammengeschlossen, um ihre politische und öffentliche Präsenz weiter zu erhöhen.

Trotz der hohen gesellschaftlichen Bedeutung führt die beschriebene Heterogenität dazu, dass die Veranstaltungswirtschaft nicht als eigenständig ausgewiesener Sektor in der Wirtschaftszweigklassifikation der amtlichen Statistik auftaucht. [Statistisches Bundesamt 2008]

Um diese Lücke zu schließen, berechnet das ifo Institut seit Mai 2021 ein eigenes Geschäftsklima und weitere Konjunkturindikatoren für die Veranstaltungsbranche. [Sauer und Wohlrabe 2021]

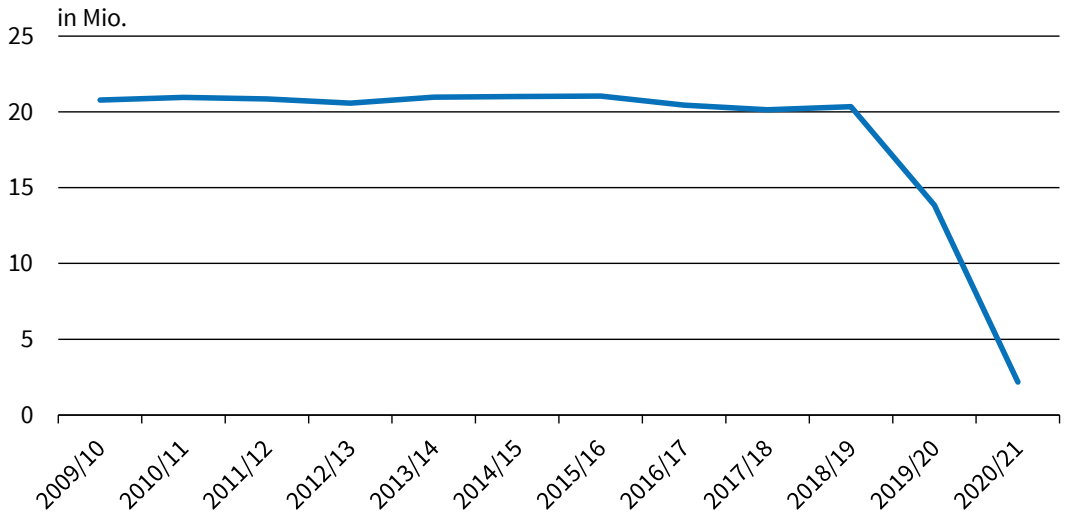
Durch die gezielte Neuaufnahme von Umfrageteilnehmenden und die Kooperation mit den verschiedenen Verbänden der Veranstaltungswirtschaft kann mittlerweile ein weites Spektrum abgedeckt werden. Die Bandbreite erstreckt sich von Messe- und Kongressveranstaltern, über selbständige Künstler*innen bis hin zu Theater- und Konzertveranstaltern. Am stärksten ist der Messebau vertreten. Insgesamt deckt der Indikator gegenwärtig rund 220 Unternehmen ab. ▸▸

Wirtschaftliche Bedeutung und Lage der Veranstaltungswirtschaft

■ Im Jahr 2019 wurden in der Veranstaltungswirtschaft etwa 89 Mrd. Euro umgesetzt. Gleichzeitig beschäftigte der Sektor etwa 1,1 Mio. Mitarbeitende (Zanger und Klaus 2021). Diese Zahlen beziehen sich nur auf die eigentliche Veranstaltungsindusrie und spiegeln die möglichen Effekte auf andere Branchen, wie zum Beispiel Hotels oder die Gastronomie, nicht wider. Die Veranstaltungsbranche lebt von Live-Events, wie Konzerten, Messen oder Theaterstücken. Entsprechend stark wurde die Veranstaltungswirtschaft von den Lockdowns und Hygienemaßnahmen getroffen. Hinzu kam die stetige Unsicherheit bezüglich der Corona-Schutzmaßnahmen. Die Schließungen, Zugangsbeschränkungen und Absagen führten zu erheblichen Umsatzeinbrüchen bei einem Großteil der Akteure. 2020 lagen die Umsätze der Veranstaltungsbranche 59,9 % unter denen von 2019. 2021 waren es sogar 63,2 % (RIFEL 2022). Bezeichnend für diese Entwicklung ist auch die Anzahl der Besucher*innen in öffentlich betriebenen Theatern in Deutschland. Vor der Pandemie lag die durchschnittliche Besucherzahl pro Spielzeit relativ konstant bei mehr als 20 Millionen. Im Verlauf der Spielzeit 2019/20 ging die Besucherzahl aufgrund des ersten Lockdowns bereits um fast 32 % zurück. In der Spielzeit 2020/21, während der Corona-Hochphase, brachen die Besucherzahlen weiter dramatisch ein und gingen nochmal um 84 % zurück (vgl. Abb. 1). Die öffentlich betriebenen Theater konnten nur etwas mehr als 2 Mio. Besucher*innen begrüßen. [Deutscher Bühnenverein 2023]

Abb. 1

Entwicklung der Theaterbesucher*innen in Deutschland



Quelle: ifo Konjunkturumfragen/© ifo Institut

■ Seit dem Rückgang des Pandemiegeschehens und den damit einhergehenden Lockerungen der Corona-Maßnahmen im Frühjahr 2022 erholte sich auch die Veranstaltungsbranche spürbar. Entscheidend waren dabei vor allem die Nachholeffekte. Menschen haben das Bedürfnis, unbeschwert und ohne Einschränkungen Messen, Theatervorstellungen und besonders Konzerte zu besuchen. Vor dem Hintergrund der aktuellen geopolitischen Situation sowie der schwierigen Wirtschaftslage bleibt jedoch abzuwarten, wie lang diese Nachholeffekte vorhalten oder ob sie von der weiterhin hohen Inflation ausgebremst werden.

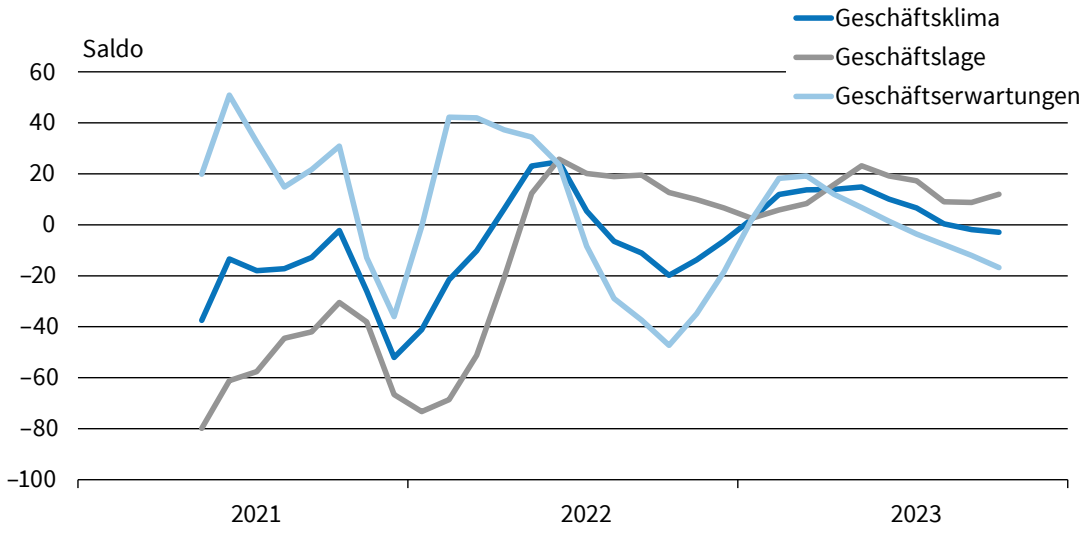
Stabilisierte Geschäftslage seit Aufhebung der Corona-Restriktionen

■ Die Entwicklung des Geschäftsklimas der Veranstaltungsbranche sowie der Geschäftslage und der Geschäftserwartungen seit Beginn der Berechnungen im Jahr 2021 sind in Abbildung 2 dargestellt. Diese war zunächst deutlich von den Corona-Einschränkungen geprägt. Vor allem die Geschäftslage wurde vielerorts als katastrophal eingeschätzt, da viele Veranstaltungen gar nicht oder nur mit erheblichen Einschränkungen stattfinden konnten. Seit Sommer 2022 überwiegen dagegen die zufriedenen Bewertungen der Geschäftssituation. Dies spiegelte die Umsatzentwicklung wider, die auch aufgrund von Nachholeffekten im Nachgang der Coronakrise befriedigend war. Trotz einer leichten Abwärtstendenz seit Jahresmitte ist die Situation stabil im positiven Bereich. Im Oktober ist die Zufriedenheit der Veranstaltungsfirmen sogar wieder etwas gestiegen.

Da auch die Geschäftserwartungen der Unternehmen in der ersten Jahreshälfte mehrheitlich zuversichtlich ausfielen, lag das Geschäftsklima ebenfalls im positiven Bereich. Zuletzt trübten sich die Erwartungen jedoch spürbar ein, so dass die skeptischen Stimmen deutlich die Oberhand gewannen. Seit September ist daher auch das Geschäftsklima wieder in den negativen Bereich gefallen. Dieser Trend hält gegenwärtig an. Die gesamtwirtschaftliche Eintrübung spiegelt sich in einer vermehrten Konsumzurückhaltung wider, die auch die Veranstaltungsbranche zu spüren bekommt.

Abb. 2

Veranstaltungswirtschaft: Geschäftsklima, -lage und -erwartungen



Quelle: ifo Konjunkturumfragen/© ifo Institut

■ Die Entwicklung der Erwartungen zeigt sich zudem in den Umsatzerwartungen. Dort gleichen sich gegenwärtig positive und negative Antworten in etwa aus. Ein Teil des Rückgangs des Erwartungsindikators für die kommenden Monate könnte jedoch saisonbedingt sein, da manche Veranstaltungen, wie etwa Festivals, überwiegend in den Sommermonaten stattfinden. Aufgrund der noch relativ kurzen Zeitspanne des Indikators kann für die Zeitreihen derzeit noch keine Saisonbereinigung durchgeführt werden, die das entsprechende Saisonmuster herausrechnet. Dafür ist eine Länge der Reihe von mindestens fünf bis sieben Jahren notwendig. [Sauer und Wohlrabe 2015] ▶▶

■ Die gesamtwirtschaftliche Eintrübung führt zu vermehrter Konsumzurückhaltung, die auch die Veranstaltungsbranche zu spüren bekommt. Der Vergleich zur Gesamtwirtschaft zeigt jedoch, dass sich das Geschäftsklima der Veranstaltungswirtschaft bisher verhältnismäßig wenig stark abgekühlt hat (vgl. Abb. 3). Seit Beginn des Jahres liegt der Indikator durchgehend über dem der Gesamtwirtschaft. Hier werden andere Sektoren, wie etwa die Baubranche, wesentlich stärker von der derzeitigen konjunkturellen Schwächephase in Mitleidenschaft gezogen. In der jüngsten Umfrage (Oktober 2023) hat sich das Geschäftsklima in der Gesamtwirtschaft jedoch verbessert, während es sich in der Veranstaltungsbranche weiter abgekühlt hat.

Abb. 3

Geschäftsklima im Vergleich

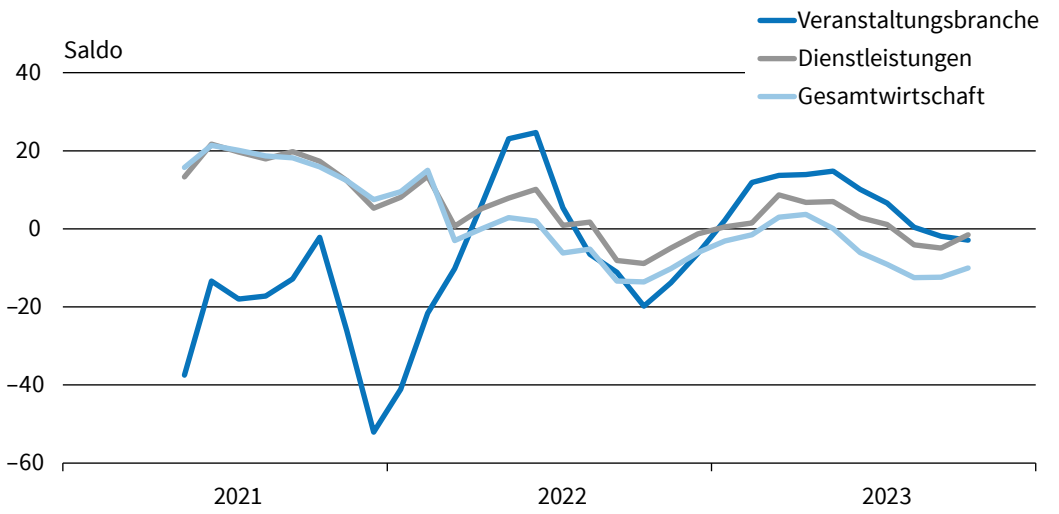
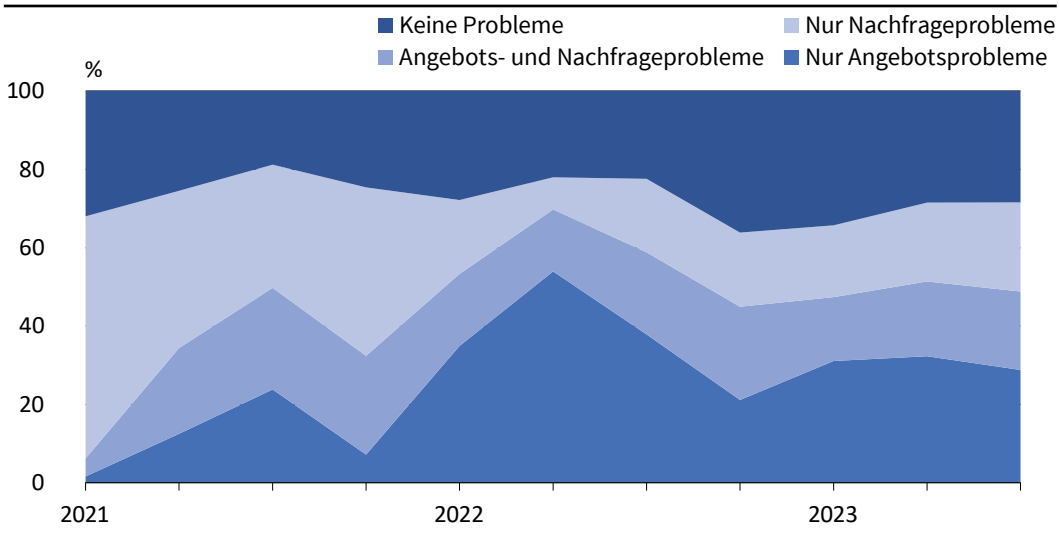


Abb. 4

Anteil der Firmen mit Angebots- bzw. Nachfrageproblemen



Quelle: ifo Konjunkturumfragen/© ifo Institut

■ Abbildung 4 zeigt die Entwicklung von Faktoren, die die Geschäftstätigkeit der Unternehmen in der Veranstaltungswirtschaft behindern. Diese können entweder durch zu geringe Nachfrage oder durch angebotsseitige Probleme (z. B. Fachkräfte- bzw. Arbeitskräftemangel oder zu geringe technische Kapazitäten) verursacht werden. Die Abbildung zeigt die Anteile der Unternehmen, die entweder nur von Nachfrageproblemen, nur von Angebotsproblemen, von beiden oder von keinem von beiden beeinträchtigt werden.*

Es ist deutlich zu erkennen, dass sich die Probleme seit 2022 von der Nachfrage- hin zur Angebotsseite verlagert haben. Während die meisten Veranstalter 2021 nachfrageseitig behindert wurden, war dies im Sommer 2022 kaum noch der Fall. Eher im Gegenteil: Die Unternehmen hatten große Schwierigkeiten, die Nachfrage überhaupt bedienen zu können. Vor allem fehlende Fachkräfte machten hier vielen Firmen zu schaffen: Auf dem Höhepunkt im Sommer 2022 klagten 64 % der Unternehmen über fehlende Fachkräfte. Gegenwärtig sind es 40 %. So fällt es Festival-Veranstaltern oft schwer, genügend Sicherheitspersonal zu gewinnen. Allerdings sind diese Probleme für den Großteil der Firmen nicht existenzbedrohend. Während im Zuge der Corona-Pandemie 70 % aller Umfrageteilnehmenden der Branche ihre Existenz bedroht sahen, fürchten derzeit lediglich 7,3 % um ihr Fortbestehen. Das ist nur geringfügig mehr als in der Gesamtwirtschaft (6,8 %). Während der Pandemie sahen sich zeitweise mehr als 70 % mit diesen Schwierigkeiten konfrontiert.

Trotz der abkühlenden Stimmung wollen die Unternehmen tendenziell mehr Mitarbeitende einstellen. Diese Tendenz hält schon mehr als ein Jahr an. Mit Blick auf die Preisentwicklung ist eher mit steigenden Preisen zu rechnen. Knapp ein Drittel der Unternehmen hat entsprechende Pläne für die nächsten drei Monate. Hier können auch Nachholeffekte bei der Preissetzung eine Rolle spielen. ▸▸

* Für eine ausführliche Erläuterung der Darstellung und der zugrundeliegenden Methodik siehe Sauer und Wollmershäuser (2023).

Zusammenfassung und Ausblick

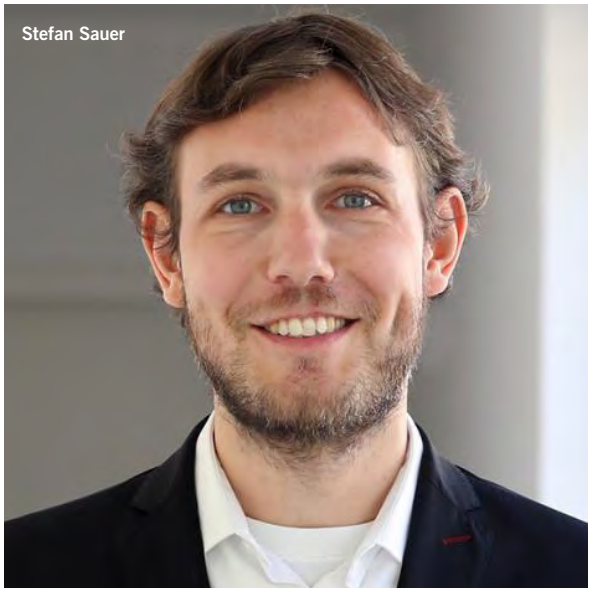
■ Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Unternehmen der Veranstaltungswirtschaft bisher ein zufriedenstellendes Jahr 2023 erleben. Die Branche konnte sich etwas von den schwierigen Corona-Jahren erholen. Der Ausblick für die kommenden Monate ist derzeit jedoch eher verhalten. Es besteht die Sorge, dass die Nachholeffekte immer mehr nachlassen und die Verbraucher*innen angesichts der nach wie vor hohen Inflationsraten wieder mehr bei Konzerten oder Kulturveranstaltungen sparen.

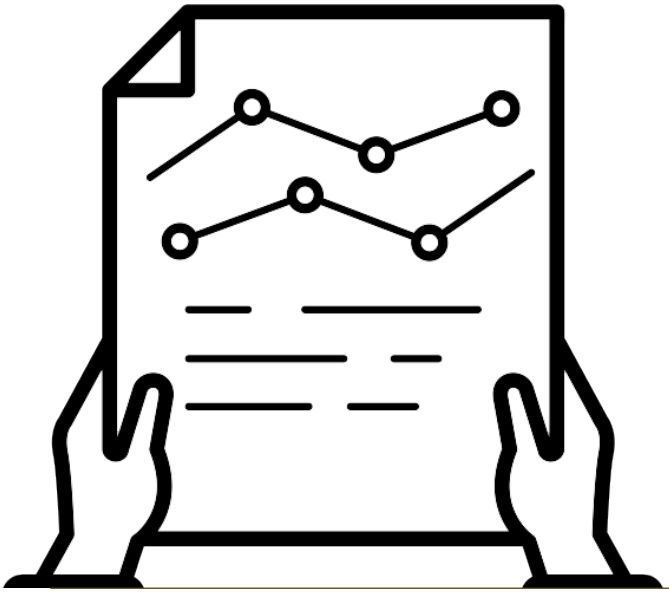
Eine Gefahr besteht auch darin, dass es gerade bei Konzerten und Festivals zu einer Fokussierung auf große Events oder Künstler*innen gibt, da sich die Verbraucher*innen auch wegen stark gestiegener Ticketpreise auf wenige Veranstaltungen pro Jahr konzentrieren. Dadurch könnten kleinere Veranstaltungen leiden.

Die ifo Konjunkturumfragen werden die aktuellen Entwicklungen und Aussichten der Veranstaltungsbranche weiterhin zeitnah abbilden. Trotz der bereits guten Teilnehmerzahlen für die Branche sind Detailauswertung oftmals (noch) nicht möglich. Um ggf. noch detaillierte re Ergebnisse, zum Beispiel auf regionaler Ebene oder für zusätzliche Unterbereiche der Branche, berechnen zu können, soll das Panel der teilnehmenden Unternehmen daher kontinuierlich erweitert werden.

[Thomas Licht, Stefan Sauer und Klaus Wohlrabe]

Klaus Wohlrabe


Stefan Sauer



Thomas Licht

Werden Sie ein Teil des ifo Geschäftsklimaindex

Die Informationen in diesem Beitrag sind für Sie und Ihr Unternehmen relevant? Wenn Sie sich für die ifo Konjunkturumfragen registrieren, erhalten Sie zukünftig Zugriff auf die aktuellen und detaillierten Ergebnisse.

Die Befragung findet monatlich statt und ist kostenfrei. Idealerweise wird an der Umfrage online teilgenommen. Dafür stellt ifo jeden Monat einen entsprechenden Link zur Verfügung. Das Ausfüllen des Fragebogens dauert zwischen 5-10 Minuten. Das ifo Institut behandelt die Daten streng vertraulich. Für Rückfragen und weitere Informationen zu den ifo Konjunkturumfragen wenden Sie sich direkt an Magdolna Hiersemenzel: hiersemenzel@ifo.de.

Die einmalige Anmeldung zur Umfrage erfolgt über diesen Link ▶

Referenzen

*Deutscher Bühnenverein (2023), »Theaterstatistik 2020/2021 – Die wichtigsten Wirtschaftsdaten der Theater, Orchester und Festspiele«, verfügbar unter: **www.buehnenverein.de**, aufgerufen im Oktober 2023.*

*RIFEL (2022), »Die Herausforderungen der Veranstaltungswirtschaft beim Re-Start«, Studie des RIFEL im Auftrag des fwd: Bundesvereinigung Veranstaltungswirtschaft e.V., verfügbar unter **www.rifel-institut.de**, aufgerufen im September 2023.*

Sauer, S. und K. Wohlrabe (2015), »Die Saisonbereinigung im ifo Konjunkturtest – Umstellung auf das X-13ARIMA-SEATS-Verfahren«, ifo Schnelldienst 68(01), 32-42.

Sauer, S. und K. Wohlrabe (2021), »Ein Geschäftsklima für die Veranstaltungswirtschaft «, ifo Schnelldienst 74(11), 39-43.

Sauer, S. und T. Wollmershäuser (2023), »Angebotsseitige Produktionsbehinderungen und überausgelastete Produktionskapazitäten – eine aktuelle Einordnung für die deutsche Wirtschaft«, ifo Schnelldienst 76(03), 52-56.

Statistisches Bundesamt (2008), »Klassifikation der Wirtschaftszweige«, Wiesbaden.

*Zanger, C. und K. Klaus (2021), »Landkarte Veranstaltungswirtschaft«, Studie der Interessengemeinschaft Veranstaltungswirtschaft e.V. in Kooperation mit dem R.I.F.E.L. e.V. und der TU Chemnitz, verfügbar unter **www.zaehl-dazu.de**, aufgerufen im September 2023.*

Wir bieten Beratung und Versicherungsschutz rund um die Veranstaltungswirtschaft

UMFASSEND, INDIVIDUELL, UNABHÄNGIG

Was?

- Betriebshaftpflicht
- Equipment, sowie sonstige berufliche Risiken
- Betriebliche Altersvorsorge u.v.m.

Für wen?

- Vom Einmann- bis zum Großbetrieb
- Verbände, Vereine, etc.

Branche:

- Veranstaltungs- und Messewirtschaft etc.

www.vdmv.de • 0511 336 52 990
info@vdmv.de

VDMV VERSORGUNGSWERK
DER DEUTSCHEN MEDIEN- UND VERANSTALTUNGSWIRTSCHAFT GMBH

Erste Engpässe im Spektrum

„Untersuchung der Auswirkungen einer 3. Digitalen Dividende auf die Nutzung drahtloser Übertragungstechnik in der Veranstaltungsbranche“ – so lautet eine aktuelle Studie von Florian Glaß an der „Berliner Hochschule für Technik“ zum Thema Funkfrequenzen.

Er hat in seiner Arbeit ältere und neuere Studien und Veröffentlichungen verarbeitet, darunter unter anderem von Beutler, Fischer/Ackermann, Fischer/Stratix, Künzi, Völzke, Wilzeck, Allianz für Rundfunk- und Kulturfrequenzen, APWPT e.V., ARD/ZDF, BNetzA, IGVW, Goldmedia PMSE-xG, SOS, Sennheiser oder Shure. Die Publikation besteht auch aus einer Umfrage, die Glaß in der Veranstaltungsbranche durchgeführt und die der VPLT unterstützt hat.

Umfrage bei Unternehmen

S.46 S.63

Kernaussage der Arbeit: „Die durchgeführte Erhebung hat des Weiteren aufgezeigt, dass fast 40 % der befragten Betriebe bereits von Spektrumsengpässen betroffen waren und in der Folge den Umfang ihres Funktechnikeinsatzes bei Veranstaltungen reduzieren mussten. Die Problematik ist bei den Betrieben somit durchaus präsent und es handelt sich um keine Einzelvorkommnisse.“

Weitere wichtige Erkenntnisse

S.5 „Für das Lollapalooza-Festival stand eine Frequenzkapazität von 196 MHz zur Verfügung. Freizulassende Bereiche für den Mobilfunk und für DVB-T2 wurden von dieser Größe bereits abgezogen. Diese verfügbare Kapazität hat laut Marco Völzke dennoch nicht ausgereicht. Es mussten mehrere Frequenzanfragen abgelehnt werden."

S.53 „Für 64 % ist eine Rückkehr zum kabelgebundenen Betrieb grundsätzlich nicht vorstellbar. 15 % würden dies in Betracht ziehen."

S.54 „Für den künstlerischen Bereich erklärten mehrere Betriebe, dass ein Verzicht auf Funk zu einer Einschränkung der szenischen Gestaltungsfreiheit führen würde. Laut den Befragten stellen kabelbasierte Lösungen in dieser Hinsicht keine Alternativoption dar."

S.62 „Laut deren Ergebnis verwenden 85 % der befragten PMSE-Nutzer das Frequenzband 470 bis 694 MHz."

Frequenzprobleme in den USA

S.70 „In den USA wurde der Abschnitt bereits umgewidmet und steht nicht mehr im vollen Umfang für PMSE zur Verfügung. Die beschriebene Frequenzproblematik in den USA gewährt einen groben Ausblick darauf, welche Folgen für die deutsche Veranstaltungsbranche entstehen könnten, sollte der vorhandene Frequenzraum für PMSE weiter eingegrenzt werden.

Infolge der Umstrukturierung stehen für PMSE nun weniger Frequenzen in dieser Umgebung zur Verfügung. Für die Nutzung sind ungefähr 20 MHz verblieben. Laut einem Bericht eines Mitarbeiters der Firma Shure musste für den Superbowl 2022 eine Sonderlizenz beantragt werden, um weitere Frequenzen innerhalb der 600-MHz-Umgebung nutzen zu können. Ohne diese zusätzliche Frequenzkapazität wäre die Veranstaltung nicht umsetzbar gewesen. … Für den Superbowl mussten extra Funkanlagen importiert werden."

Frequenzraum essentiell für Veranstaltungsbranche

S.91 „Eine 3. Digitale Dividende könnte somit zu einer langfristigen Frequenzverknappung führen. Da es an entsprechenden Lösungen fehlt, würde die funktechnische Realisierbarkeit von diversen Veranstaltungen nachhaltig gefährdet werden. Zudem hätte PMSE kaum noch eine Entwicklungsperspektive."

S.92 „In Anbetracht der möglichen Folgen und in Ermangelung eindeutiger Lösungen ist das Abschlussplädoyer dieser Arbeit, dass die Frequenzumgebung 470 bis 694 MHz für PMSE langfristig erhalten werden muss. Der Frequenzraum ist essentiell für die Veranstaltungsbranche und lässt sich nicht ohne Weiteres ersetzen."

Florian Glaß: Untersuchung der Auswirkungen einer 3. Digitalen Dividende auf die Nutzung drahtloser Übertragungstechnik in der Veranstaltungsbranche

LEDCON: Videowürfel für Volkswagen Halle Braunschweig

Seit der Eröffnung im Jahr 2000 schreibt die Volkswagen Halle Braunschweig eine kontinuierliche Erfolgsgeschichte. Aufgrund ihres Multifunktionskonzepts bietet sich die Location für unterschiedliche Veranstaltungen an: Ob als Spielstätte der Basketball Löwen mit bisher über 400 Pflichtspielen und weit über einer Million Besuchern, als Konzert-Venue für internationale und nationale Top Acts mit einem Fassungsvermögen von bis zu 8.000 Besuchern bis hin zur Nutzung durch Holiday on Ice bis „Wetten dass…?“ – wegen dieser Vielseitigkeit ist die Halle extrem gut ausgelastet. Mit dem Fokus auf die Variabilität des Hallenkonzeptes wurde die Entscheidung für einen Videowürfel aus LEDCONs Luxera RS2 LED-Modulen getroffen.

Während der Installation im Sommer 2023 wurde die imposante Gesamtfläche von 91 Quadratmetern sichtbar. Aufgeteilt auf vier Seiten mit je 6,5 Metern Breite und 3,5 Metern Höhe, bietet jeder Einzelscreen bei einem Pixelpitch von 2,97 Millimetern und einer Auflösung von 2184 x 1176 Pixeln eine überzeugende Bildqualität. Durch die Nutzung der gewichtsoptimierten Luxera Module, die für den Rental/Veranstaltungssektor konzipiert sind, hält sich die Volkswagenhalle vor, diese auch flexibel in anderen Aufbau-Konstellationen zukünftig nutzen zu können.

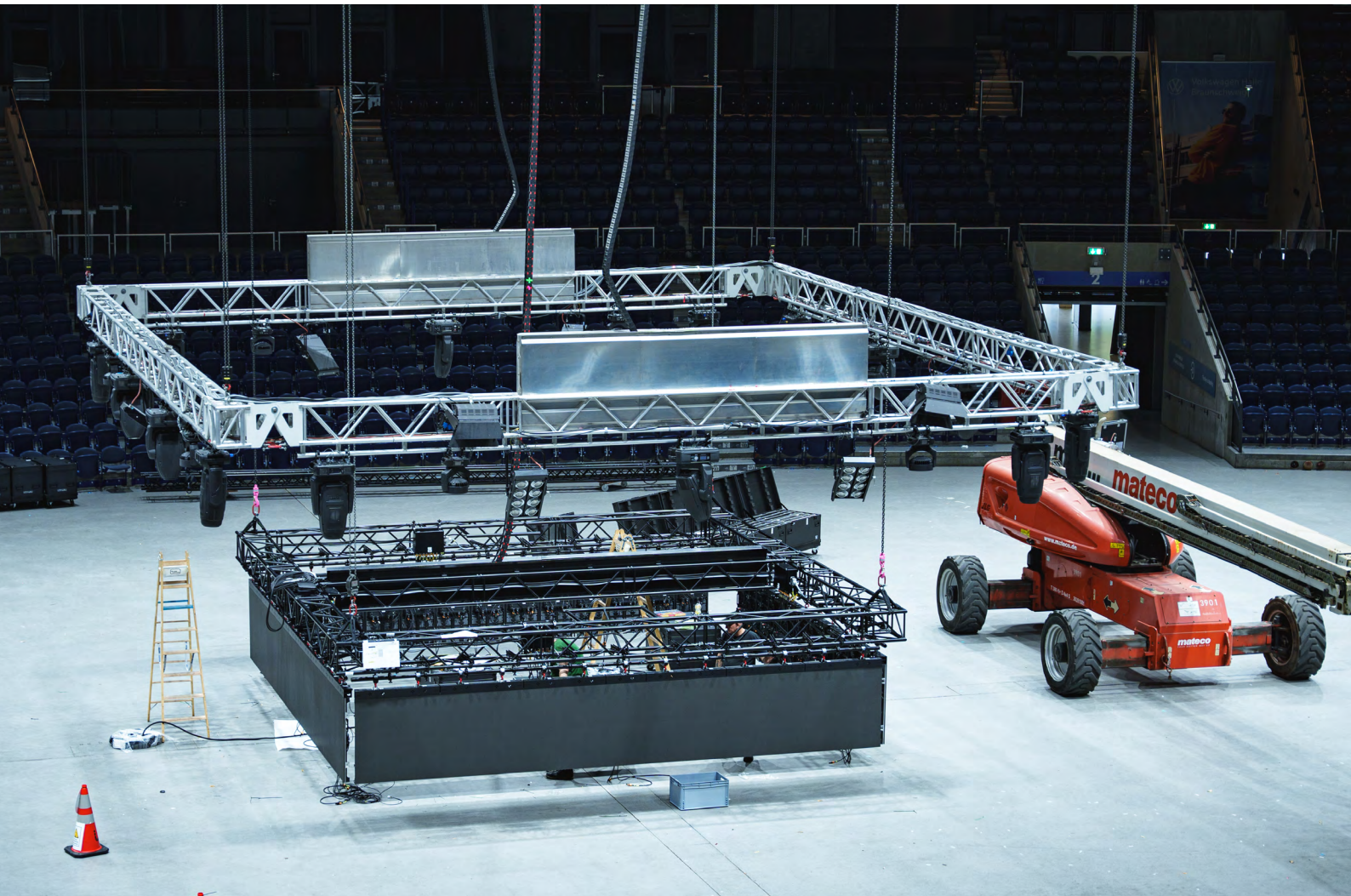
Flexibel für jede Veranstaltung

Unter Berücksichtigung der Statik wurde durch LEDCON ein Rigging-Konzept erstellt, welches an das bestehende Mothergrid angepasst wurde. Diese speziell entwickelte Konstruktion gewährleistet, dass der Videowürfel sicher in der Halle aufgehängt und positioniert ist. Das ermöglicht, dass sich das LED-Display reibungslos und effizient für jegliche Veranstaltungen integrieren lässt. Hinzukommt eine C1 Motorensteuerung, mithilfe derer sich der Würfel frei verfahren lässt, wodurch noch mehr Flexibilität bei der Nutzung erzielt werden konnte.

Smartes NovaStar-Controlling

Der Videowürfel hat eine Gesamtpixelanzahl von 10.273.536 Bildpunkten. Das erklärt, warum es ein leistungsfähiges Controlling aus dem Hause NovaStar braucht: Basierend auf den H2 Controller der H-Serie, wird die gesamte Zuspielung per Glasfaser an vier NovaStar CVT10S übergeben. Sie übernehmen die Versorgung der LED-Module per CAT-Signalkabel. Das smarte NovaStar-Controlling ermöglicht zudem, dass jede Seite des Videowürfels unabhängig bespielt werden kann.

Auch für etwaige weitere LED-Installationen ist die Veranstaltungshalle durch das Konzept der H-Serie von NovaStar bestens gerüstet: Bei Bedarf lassen sich weitere Video In- und Outputs im Gerät nachrüsten.



BOE 2024 präsentiert Innovationen, Highlights und Bewährtes der professionellen Veranstaltungstechnik

Technik- und Fullservice-Anbieter überzeugen mit hohem Know-how und Kreativpotential. Vom 17. bis 18. Januar 2024 informiert die BOE INTERNATIONAL – die Leitmesse für Erlebnismarketing – wieder alle Akteure der Eventindustrie mit einem umfassenden Marktüberblick. Auf der nächsten Messeausgabe ist u.a. der Bereich der professionellen Veranstaltungs- und Konferenztechnik, der Eventproduktionen, Tagungen und Kongresse aller Größen auf ein neues Level hebt, mit zahlreichen renommierten Ausstellern vertreten.

Für klassische Veranstaltungen, Festivals, Pop Up Events sowie Festinstallationen ist der Einsatz professioneller Technik entscheidend für den Erfolg. Als bedeutende Informationsquelle der Branche bildet die BOE INTERNATIONAL vom 17. bis 18. Januar 2024 das umfangreiche Spektrum führender Technikanbieter ab. Hierzu gehören Produkte und Anwendungen state-of-the-art in den Bereichen Licht, Beschallung, Video, das Rigging und der Bühnen- und Messebau.

Darüber werden im Rahmen von Events auch Netzwerk- und Überwachungsstrukturen zunehmend integriert. Das technologische Angebot der BOE liefert außerdem zu dem Einsatz digitaler Lösungen wie Tablets und TV-Elemente und zu der Integration von Virtual und Augmented Reality-Anwendungen sowie 3D-Projektionen wichtigen fachlichen Input.

Geballte Technikkompetenz auf der BOE

So wird Neumann & Müller, ein erfahrener Profi in der technischen Planung und Durchführung von Events, Veranstaltungstechnik für Audio, Lighting, Video und Conferencing vorstellen. Ebenfalls zur Messe kommt satis&fy, internationaler Marktführer für Live-Kommunikation und 3D-Marketing und Eventtechnik. Multimediale Markenerlebnisse werden hier in allen Gewerken mit High-End-Technik und modernster Transportlogistik umgesetzt.

Auch EPSON Deutschland wird technische Lösungen für die Bereiche Veranstaltungs- und Medientechnik präsentieren. Zum Angebot gehören u.a. kompakte Großbildprojektionssysteme mit leistungsstarken Optiken sowie Drucker für das Einlassmanagement. ▸▸

BESUCHERZIELGRUPPEN

Fachbesucher aus Eventagenturen, Verbände und Organisationen, die Bereiche Veranstaltungs-dienstleistung, Hotellerie, Gastronomie und räumliche Inszenierungen, Kongresszentren, Messen und Ausstellungen, Versicherungen, Banken, Touristik, Automobil, Pharmazie und Medizin sowie Film, Rundfunk und Fernsehen sowie Nachwuchskräfte der Eventbranche.

BOE INTERNATIONAL – INTERNATIONALE FACHMESSE FÜR ERLEBNISMARKETING

Die BOE INTERNATIONAL (BOE), internationale Fachmesse Erlebnismarketing, markiert den Jahresauftakt für die nationale und internationale Event-Industrie. Am Messestandort Dortmund präsentieren sich die Aussteller aus den Branchen Event-Veranstaltung und -Ausstattung sowie Messebau und treffen auf Fachbesucher, Agenturen und Unternehmen. Die BOE-Besucher profitieren von konzeptionellen Erfolgsrezepten, einem anspruchsvollen Rahmenprogramm mit Vorträgen und neuen Kontakten. Auf der BOE kann gleich zu Beginn des neuen Jahres über Projekte und Budgets gesprochen werden. Darüber hinaus bringt die Messe Nachwuchskräfte in Kontakt mit zukünftigen Arbeitgebern. Fachlicher Träger der BOE ist die Bundesvereinigung der Veranstaltungswirtschaft ‚fwd:'.

Zudem wird NORDLITE Event Solutions ihr technisches Know-how in den Bereichen Licht, Ton, Multimedia und Logistik zeigen. Im Fullservice berät, plant und realisiert der Technikspezialist seit 1991 anspruchsvolle Eventprojekte. Erneut wird Aventem auf der BOE ausstellen und zu den klassischen Gewerken Licht-, Ton-, Medien- und Bildtechnik, aber auch zum Rigging und zu hochwertigen Set- und Dekorationsbauten informieren. Außerdem kommt Media Spectrum mit maßgeschneiderten Lösungen rund um Beleuchtung, Beschallung, Videotechnik sowie den Bühnen- und Messebau nach Dortmund. Hochwertiges Equipment von der Bühnentechnik über das Lichtdesign und die Tontechnik bis hin zu innovativen Technologien für die verschiedensten Eventformate hat auch Leyendecker im Messegepäck. Beschallungs-, Licht- und Videotechnik für Events und Messen bringt mit 20-jähriger, europaweiter Erfahrung überdies Beuchel Veranstaltungstechnik auf die Fachmesse. Werbe- und Projektionstechnik, LED-Wände, Lasershows und Acts sowie Special Effects sind das Spezialgebiet von Bocatec. Des Weiteren wird Kuchem Konferenz Technik, seit über 40 Jahren ein national und international agierender Anbieter für Tagungs- und Veranstaltungstechnik, seine technische Expertise beweisen. Als etablierter Branchenplayer ist auch mmc bereits 27 Jahre für anspruchsvolle Veranstaltungen in Europa unterwegs. Das Unternehmen bietet modernste Eventtechnik in den Bereichen Audio, Licht und Video sowie Speziallösungen, Sonderteile und Eigenkreationen für den Bühnenbau. Nachhaltige und außer¬gewöhnliche Technik¬konzepte über den Messe- und Bühnen¬bau bis hin zu Beleuchtung, Beschallung, Video¬wänden und Sonder¬konstruktionen wird M.A. Systems vorstellen. PA-Line Medientechnik gehört ebenfalls zur breit gefächerten Anbieterrange und ist seit über 20 Jahren in der Branche tätig. Erst 2023 ergänzte der Fullservice-Dienstleister sein Portfolio um ein virtuelles Produktionsstudio, das ebenso als Eventlocation genutzt werden kann und über eine 44 x 7,5 m große LED-Wand verfügt. Darüber hinaus reist Chariot Events zur Messe an und zeigt vielfältige technische Ausrüstungsoptionen für Veranstaltungen aller Art.

VERBÄNDE

- fwd: Bundesvereinigung Veranstaltungswirtschaft e.V.
- EVVC – Europäischer Verband d. Veranstaltungszentren e.V.
- degefest – Verband der Kongress- u. Seminarwirtschaft e.V.
- VPLT – Verband für Medien- und Veranstaltungstechnik e.V.
- bvvs – Bundesverband Veranstaltungssicherheit e.V.

VERANSTALTER

- Messe Dortmund GmbH

STAGES

- LET´S TALK STAGE in Halle 4
- SAFETY & SECURITY STAGE in Halle 4
- ACTS ON STAGE (Gesang | Artistik | Magie | Comedy) in Halle 6
- DIGITAL & EVENTS in Halle 7

AUSSERDEM

- START-UP CORNER by SWOOFLE
- CULINARY HUB
- SUSTAINABILITY EXPERIENCE
- FEMALE BUSINESS NETWORKING
- FORUM EVENT
- GUIDED TOURS

Noch kein Ticket für die BOE INTERNATIONAL 2024? Verschiedene Ticket-Optionen für die BOE INTERNATIONAL 2024, die BrandEx-Jurysitzungen sowie die BrandEx Awardshow & BOE Night am 17.1.2024 sind ab sofort online erhältlich.

▶ TICKETSHOP

NÄCHSTER TERMIN: 17. – 18. Januar 2024

Alle wichtigen Informationen, Updates und Entwicklungen rund um die Messe gibt es immer aktuell auf Facebook, Instagram, LinkedIn, der Messewebseite und per Newsletter.

DEAplus: Dank an Anke Larsen

Im Zuge von Umstrukturierungsmaßnahmen ist die unternehmerische Tätigkeit der Deutschen Event Akademie GmbH inzwischen für unbestimmte Zeit eingestellt. Bis Oktober 2023 hatte sich Anke Larsen als letzte Beschäftigte um Inhouse-Schulungen für Unternehmen gekümmert. Auch sie hat nun die DEAplus verlassen. Anke Larsen war sehr viele Jahre erfolgreich für das Bildungsinstitut tätig. Der VPLT dankt ihr als Gesellschafter herzlich für ihr großes Engagement bis zuletzt und wünscht ihr für ihre berufliche Zukunft alles Gute.

VPLT Magazin 2024

Das Heft startet im kommenden Jahr wieder mit neuen Sonderthemen, plus der neuen Rubrik „Technik".

In den kommenden Quartalsausgaben geht es schwerpunktmäßig um die Themen Künstliche Intelligenz, innovative Audio- bzw. Lichttechnik und Inklusion in der Arbeitswelt. Die erste Ausgabe enthält außerdem ein Special zur Messe Prolight + Sound und wird vor Ort wieder in gedruckter Form ausliegen. Neu ist außerdem die Rubrik „Technik": Hier möchte die Redaktion technischen Innovationen künftig inhaltlich mehr Raum bieten. Das neue Mediakit steht auf der VPLT Website ab sofort zum Download bereit.

Neue VPLT-Mitglieder seit Oktober 2023

Angeschlossene Mitgliedschaft

- Susanne Otta

Ordentliche Mitgliedschaft

- Livecom
- JH Technology Arts GmbH

Wir vertreten die Interessen der Medien- und Veranstaltungstechnik!

VPLT. MITGLIED WERDEN!

Jeder profitiert von einer Mitgliedschaft: Dienstleister, Vertriebe, Hersteller,Händler, Systemintegratoren, die Auszubildenden und Studierenden der Medien- und Veranstaltungstechnik.

Als VPLT stehen wir seit mehr als 35 Jahren an der Seite der Menschen und Unternehmen, die die Grundlagen für Unterhaltung und Information schaffen.

- **Wir vertreten Lobbyinteressen gegenüber der Politik**
- **Wir gestalten Aus- und Fortbildung unseres Wirtschaftszweigs**
- **Wir gestalten branchenrelevante Industriestandards und Normen**
- **Wir vertreten Brancheninteressen gegenüber Medien und Messen**
- **Wir informieren über technische Neuerungen**
- **Wir betreiben Imagepflege durch intensive Öffentlichkeitsarbeit**
- **Wir vermitteln Kontakte und knüpfen Netzwerke**

www.vplt.org

VPLT.
Der Verband für Medien- und Veranstaltungstechnik e.V.

Wohlenbergstraße 6
30179 Hannover

0511 270 747 4
info@vplt.org