

# Eventbusiness in unsicheren Zeiten

Ist nach der Krise vor der Krise? Kaum dürfen wir hoffen, dass wir in der Coronapandemie aus dem Größten heraus sind, kommt die nächste Hiobsbotschaft: Krieg in der Ukraine. Wie steht es um unsere Branche und was bewegt die Veranstaltungsbetriebe? Im Rahmen einer nicht repräsentativen Kurzumfrage hat PROSCENIUM den Puls bei einigen Branchenvertretern gefühlt.

Text: Tilman Albrecht; Foto: Pixabay

Krieg in der Ukraine, konstant hohe Covid-19-Zahlen – die Unsicherheiten in der Veranstaltungsbranche sind nicht verfliegen. Wohin führt der Weg, was erwartet uns künftig? Wir haben bei einigen Branchenexponenten eine Umfrage durchgeführt, in der es nicht um Zahlen, sondern um die Gefühlslage und Einschätzungen bei den folgenden Themenbereichen ging:

## Fachkräftemangel

Wie wirkt sich der Fachkräftemangel bei euch aus? Bei Habegger hat man laut Francesco Stendardo, Director of Project Management, in den vergangenen zwei Jahren einen grossen Personalstamm mit Spezialisten aufgebaut. Seitens der Kunden spüre man allerdings ein starkes Bedürfnis nach immer aufwendigeren Lösungen. Dafür benötige man mehr Planungszeit und die Skalierbarkeit mit Freelancern sei aktuell schwierig. Aufgrund des Mangels an qualifizierten Freelancern müsse bei allfälligen «Peaks» die Arbeit auf weniger Schultern verteilt werden, im allerschlimmsten Fall könnte dies zu Engpässen führen.

Auch Markus Mathis, Inhaber von smARtec, bestätigt, dass der Freelancer-Markt ausgetrocknet sei. Zudem kämen Aufträge immer kurzfristiger herein und das Fachpersonal arbeite mit sehr kurzer Planungssicherheit und viel «Stop and Go».

Christian Zimmermann, CEO von Bluetrac, empfiehlt Veranstaltern deshalb, früh zu planen. Teilweise könnten kurzfristige Projektanfragen nicht mehr bedient werden.

Marcel Hirschi, Geschäftsführer von Security & Safety, spricht von einem «allgemeinen Personalmangel». Die steigenden Anforderungen seitens Kunden und Behörden, aber auch das eigene Qualitätsbewusstsein würden die Situation zusätzlich verschärfen.

Laut Jonatan Niedrig vom Verband Schweizer Musikclubs und Festivals PET-ZI gingen die Rückmeldungen von Verbandsmitgliedern alle in die gleiche Richtung: Es gebe bereits jetzt und erst recht



Viele pandemiebedingt verschobene Events werden in diesem Jahr nachgeholt – das birgt für die Veranstaltungsbranche Chancen, aber auch zusätzliche Herausforderungen.

mit Blick auf die Festivals im Sommer einen Fachkräftemangel. Wie viele der «abgewanderten» Fachpersonen wieder in die Branche zurückkehren, werde sich erst in den nächsten Monaten zeigen.

## Mangel an Equipment

Viele Veranstaltungen, die pandemiebedingt verschoben werden mussten, werden in diesem Jahr nachgeholt. Das führt zu vielen zeitgleich stattfindenden Events, was wiederum zu Engpässen bei Equipment und Infrastruktur führen könnte.

Bei Habegger rechnet man gemäss Francesco Stendardo mit Engpässen, denen mit grossen interkontinentalen Materialverschiebungen begegnet werden soll. Insbesondere Public Events seien davon betroffen. Bei den Corporate Events sei dies noch ungewiss, da diese mehr auf Funktionalität und weniger auf Hersteller und Brands fokussiert seien. Das gebe

mehr Spielraum für den Einsatz von Alternativen. Der allgemeine Rohstoff- und Chip-Mangel verzögere die Auslieferung von neuem Material um ganze Quartale. Das betreffe auch Standardmaterial, das vor der Pandemie bei den Händlern im Lager stand oder innerhalb Wochen ab Werk abrufbar war.

## Know-how-Verlust

Während der Pandemie gab es sehr wenige Veranstaltungen, womit das regelmässige Arbeiten und der routinierte Umgang mit dem Equipment für viele Techniker unterbrochen wurde. Wie hat sich dies auf das Personal ausgewirkt und was wurde dagegen unternommen? Bei Habegger hat man das Know-how in vielen Bereichen in der Pandemiezeit sogar ausgebaut (Digital, Streaming, Videosignal-Management, Broadcast etc.). Die «klassischen» Disziplinen durften in dieser Zeit immer mal

## Weniger Zuschauer

Viele Veranstalter, allen voran Kultureinrichtungen, klagen noch immer über ausbleibende Zuschauer. Die Zahlen sind noch längst nicht auf Vor-Corona-Niveau. Woran liegt das? Eine Erklärung könnte ein verändertes Freizeitverhalten sein. Wer sich zuvor Kultur live angesehen hat, konsumiert sie jetzt bequem vor dem Bildschirm. Ein weiterer Punkt ist sicher die Angst vor einer Ansteckung. Das zeigt auch, weshalb einige grosse Kulturinstitutionen weiterhin freiwillig auf Schutzmassnahmen wie die Maskentragpflicht setzen. Ein gewisser Teil der Bevölkerung musste oder muss zudem den Gürtel enger schnallen und spart bei den Freizeitaktivitäten. Welche Veranstaltungen ziehen am meisten Publikum an? Zum einen sind dies Kinderveranstaltungen, diese waren schon in der Pandemie bestens besucht. Zum anderen zeigt sich, dass insbesondere grosse Namen oder bekannte Shows am besten ziehen. Ersteres könnte bedeuten, dass junge Familien weniger Hemmungen haben, eine Veranstaltung zu besuchen – dieser Personenkreis gehört grösstenteils nicht zu einer Risikogruppe. Ebenfalls könnte dies mit den geringeren Eintrittspreisen zusammenhängen. Grosse Namen oder bekannte Shows zogen schon immer gut, dass dies insbesondere in dieser Situation so ist, könnte mit einem gezielten Ausgheverhalten zusammenhängen.

wieder geübt werden. An die körperliche Alltagsbelastung im Eventumfeld hingegen mussten sich die Mitarbeitenden erst wieder gewöhnen.

Ähnlich tönt es bei smARTEc. Im technischen Bereich sei das Know-how der Mitarbeiter während der Pandemie etwas «eingerostet», sagt Markus Mathis. In den Abteilungen Video, Content und Digital sei man dagegen auf höchstem Niveau.

Bei Bluetec begegnete man dem drohenden Know-how-Verlust mit regelmässigem Inhouse-Training. Für die Techniker fehlte jedoch gemäss Christian Zimmerman «die positive Routine des Projektalltages». Von «eingerostet» mochte Marcel Hirschi von Security & Safety nicht sprechen, aber

die Routine fehle sicher etwas. Vor der Pandemie sei man täglich auf Events aller Art unterwegs und dadurch schön im «Fluss» gewesen. Neue Mitarbeitende einzuarbeiten sei damals mit einem wesentlich kleineren Aufwand möglich gewesen. Nun starte man mit sehr vielen neuen, Event-unerfahrenen Mitarbeitenden und müsse sich oft zusätzlich mit neuen, ebenfalls noch unerfahrenen Vertretern seitens der Kunden absprechen.

## Künftige Herausforderungen

Auf die Frage, welchen Herausforderungen sich die Branche künftig stellen muss, spricht Francesco Stendardo von der «schwierigen Planbarkeit». Die Entwicklung des Business im Allgemeinen und bei Habegger im Speziellen sei aufgrund des volatilen Markts schwierig abzuschätzen. Dies hätte entsprechend Einfluss auf Personal- und Materialinvestitionen, strategische Programme etc. Gleichzeitig biete sich daraus auch eine Chance, die während der Pandemie stark und gut genutzt worden sei. Die Herausforderung sieht Stendardo auch darin, dass man deutlich mehr mentale Energie investieren müsse, um das Bestandsgeschäft zu administrieren – dies neben den Herausforderungen, die im «Daily Business» zu meistern sind. So habe er einen generellen Respekt vor einer «mentalermüdung», die uns allenfalls blockiert, wenn es darum geht, weitere Chancen zu erkennen und umzusetzen.

Markus Mathis sieht eine grosse Herausforderung in der Kurzfristigkeit. Für Christian Zimmermann dürfte es «immer schwieriger werden, Fachkräfte zu finden und zu binden», für einen Job, der viel zu wenig anerkannt werde und von jedem sehr viel Engagement abverlange. Marcel Hirschi sieht die Herausforderungen ebenfalls bei der Personalsuche, dem Preisdruck der Kunden und den allgemeinen, noch nicht bekannten Risiken.

Die vollständige Rückgewinnung des Publikums wird laut Jonatan Niedrig «seine Zeit benötigen», genauso wie der Abbau des vorhandenen Produktionsstaus und der Mangel an Fachkräften. «Bis das komplexe, internationale «Ökosystem» wieder reibungslos läuft, wird es wohl noch ein gutes Jahr dauern.»

# LINEAR 9

THE SCALABLE  
LONG THROW LINE >



Professional performance  
for professional users.



### Zum Autor:

Tilman Albrecht ist Meister für Veranstaltungstechnik und Veranstaltungssicherheit. Er war als freier Mitarbeiter für einen süddeutschen Rundfunksender für die Bereiche Aussenübertragung und technische Realisation von Events verantwortlich. Seit 2007 ist er in der Schweiz tätig, zunächst als Projektleiter für Cooperate Events und als Dozent im Bereich Veranstaltungstechnik, ab 2015 selbstständig im Bereich Veranstaltungssicherheit mit seiner Firma eventuality. Er publiziert regelmässig im PROSCENIUM, war Fachautor des Eventsafety-Kompodiums Eventfragen und ist Autor des Buchs «Veranstaltungsrecht in D-A-CH». [www.eventuality.ch](http://www.eventuality.ch)



Vertrieb Schweiz  
SDS music factory ag  
Industriestrasse 26  
CH-8404 Winterthur