



Steigender Umsatz mit Konzertveranstaltungen Sind Künstler die Preistreiber?

Tickets für Konzerte werden immer teurer, die sich offenbar immer weniger Menschen leisten. Trotzdem stieg 2017 der Gesamtumsatz des Konzert- und Veranstaltungsmarktes auf fast 5 Milliarden Euro.



Begehrte der Tourismusbranche: Konzertbesucher mit Übernachtungswunsch

Konzertveranstalter dürfen sich über ein kräftiges Umsatzplus freuen. Der Umsatz der deutschen Konzert- und Veranstaltungswirtschaft stieg im Zeitraum vom 1. Juli 2016 bis 30. Juni 2017 auf einen Gesamtumsatz von 4,999 Milliarden Euro. Damit hat sich der Umsatz seit 2013 um 31% erhöht und diese Wirtschaftsbranche - vor dem Buchhandel- zur Nummer eins im deutschen Unterhaltungsmarkt gemacht. Das ist das Ergebnis einer gestern, 1. Februar, vom [Bundesverband der Veranstaltungswirtschaft \(bdv\)](#) veröffentlichten Konsumstudie.

Der Präsident des bdv, Prof. Jens Michow, stellt klar, „dass der Umsatzzuwachs im Wesentlichen auf gestiegene Eintrittspreise, nicht jedoch auf wachsende Besucherzahlen zurückzuführen ist.“ Für Michow müsse dies zu denken geben, denn die Gesamtzahl der verkauften Tickets ist innerhalb von drei Jahren um mehr als 7 Millionen auf 113,5 Millionen im Untersuchungszeitraum gesunken. Als Preistreiber sieht Michow hier vor allem die Künstler: deren stetig wachsende Einnahmeerwartungen zusammen mit steigenden Durchführungskosten seien die zweifellos vorrangigsten Ursachen für die Umsatzentwicklung beim Verkauf von Veranstaltungstickets.

Umsatzgarant Musiktourismus

Nutznieser des Umsatzwachstums ist neben den Künstlern auch die Tourismusbranche, denn „Musikveranstaltungen sind oft Anlass für Tages- oder Urlaubsreisen mit Übernachtungen.“ Denn im Rahmen von 10 Millionen Kurzurlaubs- und Urlaubsreisen mit Übernachtungen seien fast 16 Millionen Musikveranstaltungen im Jahr besucht worden, so Michow. Die durch Musikveranstaltungen induzierten Ausgaben im Musiktourismus summieren sich laut der Studie somit auf rund 5 Milliarden Euro pro Jahr. Damit unterstreiche die Studie laut bdv, dass Musikveranstaltungsangebote "ein harter Standortfaktor" seien, der für Wachstum und gutes Image in den Veranstaltungsregionen Sorge.

<https://www.swr.de/swr2/musik/mehr-umsatz-mit-weniger-konzertbesuchern/-/id=661124/did=21090182/nid=661124/1q8g25d/index.html>