



# Inhalt

<b>1. Executive Summary</b>	<b>11</b>
<b>2. Dienstleistung</b>	<b>12</b>
2.1. Beschreibung & Ziele .....	12
2.2. USP, Stärken & Schwächen .....	13
2.3. Segmente & Dienstleistungsbereiche .....	14
2.4. Training, Aus- & Weiterbildung .....	14
2.5. Wertschöpfungskette & Positionierung .....	15
<b>3. Branche, Markt &amp; Wettbewerb</b>	<b>16</b>
3.1. Branche(n) .....	16
3.2. Markt .....	17
3.3. Wettbewerb .....	20
<b>4. Marketing &amp; Vertrieb</b>	<b>22</b>
4.1. Marketingstrategie & Kommunikationskanäle .....	22
4.2. Vertriebsstrategie .....	22
4.3. Corporate Design   Branding .....	23
4.4. Preisgestaltung .....	23
<b>5. Unternehmen</b>	<b>24</b>
5.1. Persönliches .....	24
5.2. Informationen zum Unternehmen .....	24
5.3. Organisation   Aufgabenbereiche .....	25
5.4. Umsetzungsplanung & Strategie .....	25
5.4.1. Kurz- und mittelfristige Ziele .....	27
5.4.2. Kritischer Pfad & Milestones .....	28
5.5. SWOT-Analyse .....	29
<b>6. Erfolgs- &amp; Finanzplanung</b>	<b>30</b>
6.1. Gründungskosten .....	30
6.1.1. Gründungsinvestitionen .....	30
6.1.2. Betriebliche Aufwendungen & Lebenshaltungskosten .....	30
6.2. Umsatzplanung .....	31
6.3. Plan-Gewinn- und Verlustrechnung .....	32
6.3.1. Betriebliche GuV ('24 - '28) .....	32
6.3.2. Private GuV ('24 - '28) .....	33
<b>Quellenverzeichnis</b>	<b>35</b>
<b>Anhang</b>	<b>39</b>



# 1. Executive Summary

Zwischen Künstlern, Agenturen, Produzenten, deren Ideen und der (akustischen) Technik zu vermitteln, wird eine zunehmend herausforderndere Aufgabe. Die laufend komplexer werden den Anforderungen und Arbeitsumgebungen erfordern teils enormen technischen Sachverstand und entsprechende Aufmerksamkeit der Fachleute, diese Gemengelage wiederum lässt bei den Akteuren auf der Bühne oft gewisse Ressentiments der Technik gegenüber entstehen. Die einen wie die anderen bleiben schnell in der jeweiligen Komfortzone und sind vielfach immer weniger in der Lage zu antizipieren und das Gegenüber miteinzubeziehen. Enge Zeitrahmen tun ein Übriges.

So wenig wie aber Heute bspw. in Live-Kommunikation oder am Theater die moderne Technik wegzudenken wäre, ebenso wenig darf sie zu Lasten eines kreativen, musischen Sensoriums gehen. Ist dieses erst einmal verloren, dann nicht nur nachhaltig, jedes noch so ausgefeilte technische Methodenwissen wäre früher oder später auf verlorenem Posten. Gespür für den kreativen Prozess verknüpft mit dem nötigen Know-How und einem koordinierten Workflow, zählt für mich daher zum grundlegenden Handwerkszeug in der Tongestaltung.

Ich bin Manuel Agrill, Gründer von **Klang & Bühne Sounddesign** und ich freue mich, mein Unternehmen mit diesem Businessplan vorzustellen. Als eine Herausforderung, die mich in eine neue Profession hineinwachsen und ankommen lässt, sind mit dieser beruflichen Neuausrichtung auch sehr persönliche Ziele verbunden.

Die angestrebte Qualifikation und **Dienstleistung** entspricht in ihrem Spezialisierungsgrad der, des Tonmeisters, soll aber auch Grundwissen in allen Bereichen der Veranstaltungstechnik miteinschließen. Tonmeister:innen sind mit der kreativen und technischen Gestaltung des Klangbildes von Aufnahmen (im speziellen bei Konzert und Theater) oder (Studio-)Aufnahmen und deren reibungslosen Ablauf betraut, und somit auch für die akustische Umsetzung von Regiekonzepten und künstlerischen Ideen verantwortlich. Sie sind gewissermaßen Bindeglied zwischen künstlerischen Akteuren und der akustischen Technik. Das erforderliche fachliche Fundament sollen ein Bachelor-Studiengang mit einem Abschluss als *B.Sc. in Creative Media (Audio Engineering)*, sowie laufende Fortbildungen wie z.B. Produkttrainings gewährleisten.

Das **Marktumfeld** von Eventbereich und Kreativwirtschaft, in deren Vorfeld das Unternehmen angesiedelt ist, birgt als ein äußerst heterogenes und kleinteiliges einerseits wirtschaftlich große Herausforderungen (wie die jüngere Vergangenheit eindrucksvoll bewiesen hat), andererseits auch große Diversität und Vielfalt an Tätigkeitsfeldern und ist damit auch Beschäftigungsgarant. Wie in vielen anderen Lebens- und vor allem Wirtschaftsbereichen ist Digitalisierung einer der wegweisenden Trends. Sie ermöglicht auch den Beleuchtungs- und Beschallungstechniker:innen (im folgenden kurz BBT genannt) immer ressourcenschonenderen Materialeinsatz, technologische Sprünge beim Transport von Signalen durch die zunehmende Einbettung digitaler Systeme – Stichwort digitale Netzwerke.

Aufbau und Pflege von Kontakten, Partnerschaften und vertrauensvollen Geschäftsbeziehungen hat zentralen Stellenwert in **Marketing** und Vertrieb der Dienstleistung und ist essenziell für den unternehmerischen Erfolg. Als weitere wichtige Instrumente im Marketing-Mix verstehen sich eine eigene Webpage, soziale Netzwerke und – ganz im Sinne von Content-Marketing – betreute Projekte, Veranstaltungen, Events und unterstützte Produktionen *an und für sich* sprechen zu lassen. Jenen Instrumenten verhilft ein stimmiges Branding zu einem wirkungsvollen Auftritt des Unternehmens, auf welches im Anhang detailliert eingegangen wird.

Die *Premiere* des **Einzelunternehmens** ging am 01.09.2024 erfolgreich über die Bühne.

Rund 20 Jahre Berufserfahrung (in verschiedenen Branchen) im erlernten Beruf als Groß- und Einzelhandelskaufmann, sowie ab 2014 als nebenberuflicher Musiker, Musicaldarsteller und Chorsänger, werden mit evidenten Kompetenzen der neuen beruflichen Aufgabe zusammengeführt.

**Erfolgs- und Finanzplanung** berücksichtigen den nebenberuflichen Start sowie den Umstand, dass Anfangs überwiegend ohne ausführende Verantwortung gearbeitet werden wird bzw. muss. Dies wirkt auf das verfügbare Zeitbudget und die Verrechenbarkeit in den ersten zwei bis drei Jahren entscheidend mit ein. Demgegenüber stehen Rücklagen von rund 15.000€, welche Investitionen im Zuge der Gründung sowie die erste Phase der beabsichtigten Ausbildung sichern.



## 2. Dienstleistung

### 2.1. Beschreibung & Ziele

**D**ie Arbeit im Bereich Ton- und Musikgestaltung ist die Brücke zwischen künstlerischer Vision und dem emotionalen Hörerlebnis. Dies geschieht durch die intensive Auseinandersetzung mit dem Werk, dem eigenen Gestaltungswillen und der Anwendung von weitreichendem, spezialisiertem Know-how.<sup>1</sup>

Dieser Aufgabe möchte ich mich mit Augenmerk auf Konzert und Theater, professionell widmen.

Dabei stehen nicht nur Spezialisierung und hohe individuelle Qualität in diesem Fachgebiet im Vordergrund, sondern ebenso, erfahrender Individualist für vielfältige Anforderungen darüberhinaus zu werden. Ein wesentlicher Entwicklungsschritt für das kommende Jahr ist die selbständige Abwicklung zumindest kleinerer Aufträge in ausführender, leitender Funktion. Größere Verantwortungsbereiche zu übernehmen, sollte in den darauf folgenden zwei Jahren möglich werden. Dies soll durch Absolvierung einer einschlägigen, fachlichen Ausbildung bzw. laufender Weiterbildungen im Spezialgebiet Tongestaltung sichergestellt werden.

**Persönliche Zielsetzungen** sind insbesondere

- » Berufliches Fortkommen (und persönliches Wachstum) selbst gestalten und sicherstellen können
- » Schaffung einer eigenständigen wirtschaftlichen Existenz
- » Spezialisierung; Ausbildung als geschützter – und im geschützten – Raum
- » BSc.-Studium (in Creative Media – Audio Engineering)
- » Reputation als Tonmeister im Theater bzw. Konzertbereich (Live Sound, Systemtechnik, Recording)

**Innovationsgrad.** Gradmesser in diesem Zusammenhang ist die Weite an technologischen wie fachlichem Know-how und ein damit einhergehendes Gespür und Interesse für technologische Neuerungen um jene – bei entsprechendem Wirkungsgrad – von ursprünglichen (anderen oder größeren) – technischen Anwendungsbereichen in bspw. kleiner skalierte Umgebungen zu übernehmen. Also Transfer von Technologie selbst zum einen, Transfer von Fach- und Methodenwissen zum anderen. Flexibilität (Reaktionszeiten), Skalierbarkeit (punktgenauer Einsatz von Ressourcen) und rechtzeitiges Erkennen von Trends (durch stete Auseinandersetzung mit neuen digitalen Anwendungsmöglichkeiten) sind damit Gebote der Stunde.

**Sustainability.** Die mit oben angeführten Entwicklungen und Effekten – bspw. aus der Digitalisierung – oft einhergehende Reduktion an physischen Ressourcen (Masse, Volumina bzw. Energieverbrauch), sorgt bisweilen für deren Schonung bei Logistik, Transport und Manpower. Synergien aus regionalen Aktionsradien und Kooperationen gewährleisten wiederum kürzere Transportwege und schonen die Umwelt ganz unmittelbar. Hochwertigste (*High End-*) Technologie und Equipment reduziert darüberhinaus den ökologischen Fußabdruck durch Langlebigkeit und/oder Wiederverwendbarkeit, bspw. durch die Verwendung von Akku-Systemen anstatt von Einweg-Batterien in der Drahtlosmikrofonie.

Wege und vor allem (neue) Technologien<sup>2</sup> wie eben beschriebene, lösen mitunter Kettenreaktionen an kleineren und größeren Entwicklungsschritten und damit auch in Puncto Nachhaltigkeit aus, das längst überfällige und unbestrittene (wieder-)einbeziehen ökologischer Aspekte – unserer Lebensgrundlage – ist dringlicher den je.

<sup>1</sup> <https://www.oetmv.org/> - Österreichische Ton- und Musikgestalter:Innen Vereinigung

<sup>2</sup> siehe auch Punkt »3.2. Markt« in Kapitel »3. Branche, Markt & Wettbewerb«



**Leistungserbringung.** Erfolgt überwiegend als Dienstleistung in Form von Zurverfügungstellung von Know-How und Manpower; zu Beginn überwiegend als Subauftragnehmer (B2B) für BBT-Unternehmen bzw. in weiterer Folge unmittelbar von Auftraggebern (B2B | B2C).

## 2.2. USP, Stärken & Schwächen

Zentrale Alleinstellungsmerkmale sind zum Einen umfangreiche (musische) Aus- und Vorbildung bzw. Erfahrungswerte aus 10 Jahren als nebenberuflicher Musiker, Musical-Darsteller und Chor-Sänger.<sup>3</sup>

Ein Gespür für die Arbeit vor Publikum, musikalisches Fachwissen (Geschichte, Theorie, Notensatz und Arrangement), ausgeprägtes Feingefühl für Stimme und Gesang verschiedener *technischer* Herangehensweisen (klassisch, jazz/pop/rock), und manchen, mit dem tontechnischen Umfeld verbundenen Herausforderungen und Unwägbarkeiten für die Akteur:innen auf der Bühne.

Evidentes Interesse für dramaturgische Gesichtspunkte bzw. alle weiteren Gewerke im gestalterischen Entstehungsprozess (einer Theaterproduktion) runden einen ambitionierten künstlerischen Zugang ab.

Zum Anderen stellt die bisherige Erfahrung in den Bereichen Ton-, Licht- und Videotechnik, insbesondere im Theaterbereich, einen ebenso wesentlichen Aspekt in Hinblick auf den Berufseinstieg dar.

Darüberhinaus konnte auch in weitere Dienstleistungssegmente (Wirtschaft – Firmenevents; Öffentlicher Auftrag – Tagungen; Unterhaltung – Filmpremieren) u.a. über die Fa. Kelp vertiefend Einblick gewonnen werden.

Desgleichen umfangreiches Rüstzeug bieten mir knapp 20 Jahre Erfahrung in Kundenservice und unmittelbarem Kundenkontakt im erlernten (kaufmännischen) und bisher hauptsächlich ausgeübten Beruf, hinsichtlich Kommunikation, Planung und Abstimmung eines Auftrages mit allen beteiligten Personengruppen.

Auch das eigene unternehmerische Fortkommen nimmt davon entscheidend Anteil.

Der Hebel, all diese Erfahrungswerte zusammenführen zu können und in einer neuen Aufgabe zu bündeln, ist jedoch die zentrale *unique selling proposition*.

Bezugnehmend auf **Stärken und Schwächen** bedeutet das

- ⌋ Ausgeprägtes Gespür und Verständnis für künstlerische Entstehungsprozesse in Theater, Konzert und (Live-)Musik
- ⌋ Umfangreiche musische Aus- bzw. Vorbildung und anspruchsvolle künstlerische Engagements bisher
- ⌋ Kaufmännische Ausbildung; knapp 20 Jahre Berufserfahrung in verschiedenen Branchen
- ⌋ In vielen BBT-Bereichen bereits breites Grundwissen und vernetzte, übergreifende Denkweise
- ⌋ Hohe Lern- und Einsatzbereitschaft und ein frischer, unverbrauchter, noch formbarer Blick
- ⌋ Momentan wenig ausgereifter technischer Methodenwissensstand
- ⌋ Zunächst knappes Zeitbudget – Nebenberuflicher Start mit berufsbegleitender Ausbildung

<sup>3</sup> > Siehe CV (Künstlerisch), Anhang S. 60

## 2.3. Segmente & Dienstleistungsbereiche

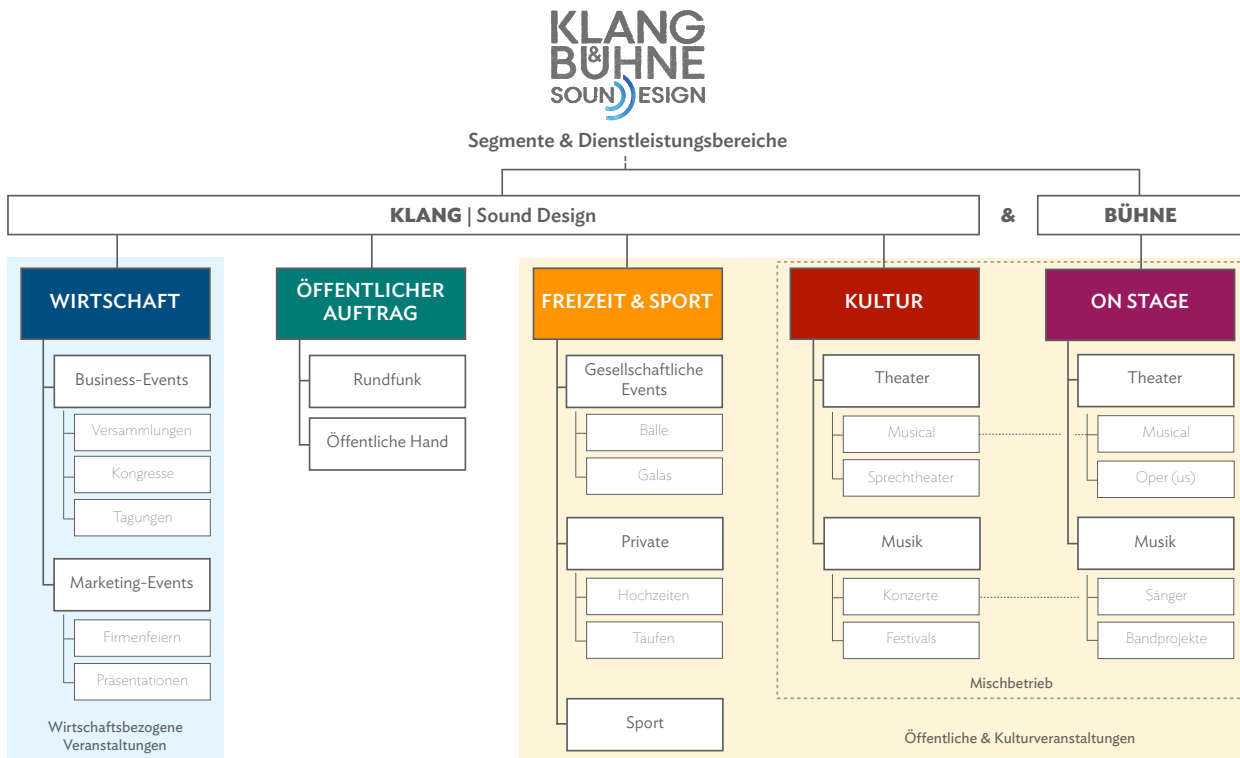


Abb. 1 | Segmente & Dienstleistungsbereiche- Klang & Bühne Sounddesign e.U. (Vergrößerter Chart im Anhang S. 52)

## 2.4. Training, Aus- & Weiterbildung

Zur nötigen Spezialisierung wird ein Bachelor-Studiengang verhelpen, der in zwei Phasen, berufsbegleitend (voraussichtlich ab März 2025) in Wien absolviert wird:

**Phase I** - Über die *AkademieMedia*, einem Ausbildungsinstitut mit Sitz in der Schweiz, wird in der ersten Ausbildungsphase das theoretische wie praktische Wissen in Tongestaltung und Musikproduktion aufgebaut. Das *Professional Audio Engineering Diploma* setzt sich aus den Modulen/Semestern

- 🌀 1 *Electronic Music Producer* (1. Semester)
- 🌀 2 *Sound Engineer Ausbildung* (2. Semester)
- 🌀 3 *Mastering | Analog Sounddesign | Eventtechnik* (3. Semester)
- 🌀 4 *Key-Competences* (Vorbereitung Top-Up-Studiengang & Diplomarbeit – 4. Semester)

zusammen.



Kooperationen dieser Ausbildungseinrichtung mit namhaften Tonstudios und Fachleuten in diesem Bereich, wie dem Tonstudio *T-ON* von *Peter Cebul*, dem Musikproduzenten *Georg Luksch* oder *Horst Paffelmayer* und dessen *Goldchamber Mastering Studio*, gewährleisten einen hohen – essentiellen – Praxisanteil. Diese erste Phase wird bei jenen Fachleuten in Wien absolviert. Die Finanzierung der Ausbildungskosten von Phase I in der Höhe von rund 7.500€ ist durch entsprechende Rücklagen gesichert.

**Phase II** - Die aufgebauten Qualifikationen aus Phase I werden im Umfang von 120 ECTS auf einen sogenannten *Top-Up-Bachelor* an der *TRIAGON-Academy* angerechnet, durch welchen wiederum mit 60 ECTS ein vollwertiger BSc.-Abschluss mit Ingesamt 180 ECTS zustande kommt.

Die Kosten von Phase II (welche ebenso in Wien angegangen wird) in der Höhe von ca. 7.000€, sollen aus dem laufendem Betrieb bis 2027-2028 gesichert werden.

*Die Akkreditierung der TRIAGON in Malta, bzw. auf EU-Ebene durch das Akkreditierungsinstitut ACQUIN (Bayreuth, DE), macht, aufgrund der im Vergleich zu anderen europäischen Ländern höheren Bildungsdurchlässigkeit im Kontext von Erwachsenenbildung, den Zugang zu einer akademischen Ausbildung durch entsprechende berufliche Qualifikationen ohne weitere Zulassungsvoraussetzungen möglich. Im Nationalen (bzw. nach dem Europäischen) Qualifikationsrahmen werden der Abschluss einer solchen Ausbildung und bspw. die österreichische Ingenieurqualifikation - beide NQR Level 6 - damit als weitestgehend gleichwertig betrachtet.*

**Weiterbildung.** Durch Produktrainings, Besuch von Schulungen – bspw. über die *Österreichische Ton- und Musikgestalter:innen Vereinigung* – oder aber auch Online-Lehrgängen, sollen die in der Ausbildung angeeigneten Kompetenzen mit dem aktuellen Stand der Technik weiterentwickelt werden.

## 2.5. Wertschöpfungskette & Positionierung

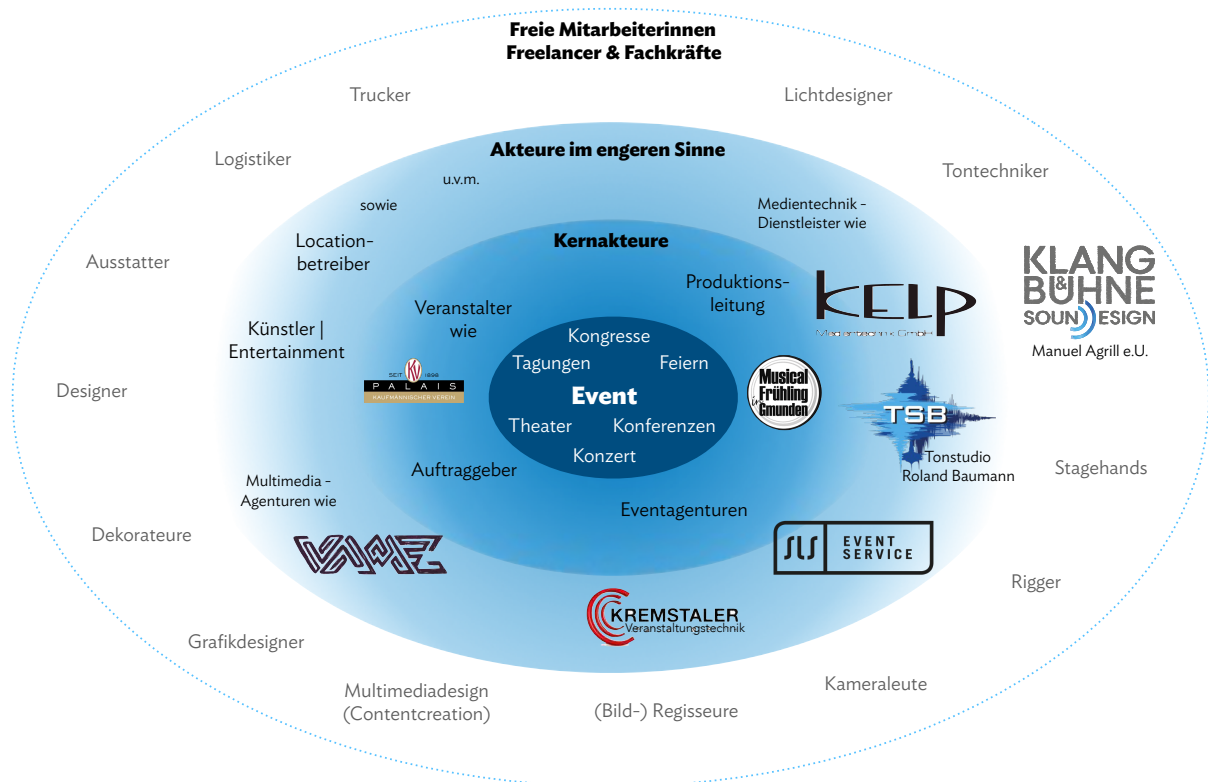


Abb. 2: | Marktteilnehmer (beispielhaft) in der Wertschöpfungskette (konzentrisch angeordnet - Vergrößerung im Anhang S. 53) <sup>4</sup>

<sup>4</sup> Die Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Veranstaltungsbranche, R.I.F.E.L. 2020 - Grafik/Syntax: Univ.-Prof. Dr. Cornelia Zanger, TU Chemnitz

Dienstleistung



## 3. Branche, Markt & Wettbewerb

Eine einigermaßen valide Einschätzung des Marktgefüges (in Österreich) im beabsichtigten Dienstleistungsbereich stellt schon in der Abgrenzung der Begriffe *Branche* und *Markt* (zu anverwandten) eine gewaltige Herausforderung dar. Gerade eine Zusammenballung aus kreativen bzw. artverwandten technischen Dienstleistungen – insbesondere *Live* – strahlt in sehr viele Marktbereiche aus. In Event- und Veranstaltungswesen ganz allgemein, jedenfalls auch in die Kreativwirtschaft (Musikwirtschaft, darstellende Kunst). Für den folgenden Abriss hat u.a. der Blick auf mehrere Studien, bspw. von WIFO und IHS, auf welche die Fußnoten verweisen, das differenzierteste Bild ergeben.

Die große Stärke des Event- und Veranstaltungsbereiches als dynamisch, **heterogenes** Umfeld, als Impulsgeber in fast alle wirtschaftlichen Richtungen, als Beschäftigungsgarant der an einer Vielzahl von Kompetenzbereichen partizipiert, birgt in dieser Konstellation aber auch große Herausforderungen, wie das Krisenjahr 2020 eindrucksvoll bewiesen hat. **Granularität** und enge **Verwobenheit** der Teilnehmer:innen zeigte die Vulnerabilität eines milliarden schweren Marktes, sollte nur ein Glied der Wertschöpfungskette kurz- und mittelfristig zur Gänze ausfallen.

Das WIFO beziffert die *krisenbedingten Wertschöpfungsverluste der allein Kreativwirtschaft auf 1,5 bis 2 Mrd. € bezogen auf das gesamte Kalenderjahr 2020; dies entspricht einer relativen Veränderung von -21% bis -28%,<sup>5</sup> und damit annäherungsweise einem Jahresumsatz der Beleuchtungs- und Beschallungstechniker (BBT)!*

>Siehe Abschnitt »Markt«.

Ob als strategisches Marketing-Instrument, im öffentlichen Interesse, als Podium für herausragende Verdienste, oder um schlicht von sich und der Welt Abstand zu gewinnen, kurz: zur Zerstreung – Live-Events sind aus dem modernen Gesellschaftsleben kaum wegzudenken. Darüberhinaus kommt Kunst und Kultur (bzw. deren Darbietungen bei und mithilfe von Veranstaltungen), als *identitätsstiftendes*, die Sinne schärfendes Ausdrucksmittel, eine essentiell soziale Komponente zu. Als kulturelle Identität in Gestalt von Musik und Theater bspw. eines großen Festivals, oder im Zelebrieren lokaler Identität, etwa im lebendig erhalten von Traditionen. Wobei diese lokalen Bausteine ihre entwickelte Gesamtheit, jene kulturelle *Identität*, gleichsam *stiften*.

### 3.1. Branche(n)

Marken-Kern wird der Bereich Beschallungs-, Beleuchtungs- und Videotechnik mit Schwerpunkt Tongestaltung sein. Ferner kann die bereits erwähnte Verwobenheit mit anderen Branchen (Veranstalter, Agenturen, Musiker, etc.) auch für das eigene Fortkommen als Musiker und Sänger und die angedachte Ausbildung im Bereich Musikproduktion genutzt werden.

**Volatilität, Kleinteiligkeit** und **Verflochtenheit** sind mit Sicherheit die markantesten Merkmale des Event- und Veranstaltungsbereiches wie auch der Kreativwirtschaft, von welchen die Beleuchtungs- und Beschallungstechniker:innen mit am meisten partizipieren. In Anbetracht dessen ist es nur punktuell möglich diese Wirtschaftsbereiche und deren Wertschöpfung, sowie wie die Anzahl von Unternehmen, zu quantifizieren und zu beziffern. Diese Gemengelage wiederum lässt nur schwer Rückschlüsse auf Marktanteile zu. In der Bundesinnung der Elektro-, Gebäude-, Alarm- und Kommunikationstechniker in der WKO sind z.Zt. (2024)



mehr als **1200 Betriebe**

der Berufsgruppe **Beleuchtungs- und Beschallungstechnik (BBT)** beigetreten.<sup>6</sup>

<sup>5</sup> Ökonomische Bedeutung der Kulturwirtschaft und ihre Betroffenheit in der COVID-19-Krise, WIFO 06|2020

<sup>6</sup> <https://www.wko.at/oe/gewerbe-handwerk/veranstaltung-beleuchtung-beschallung/ueber-die-berufsgruppe>



Wollte man sich in etablierten österreichischen (Online-)Verzeichnissen einen Überblick über die Gesamtheit der Technik-Dienstleister:innen verschaffen, gestaltet sich das, ob des vorhin erwähnten und der vielen Überschneidungen in Unternehmensbezeichnungen und Branchenangaben, als nicht minder schwierig. So finden sich (Stand Mai 2024) im *FirmenABC* unter dem Schlagwort *Veranstaltungstechnik* 215 Unternehmen, davon 44 in OÖ und 3 in Linz. Unter dem Suchbegriff *Medientechnik* fanden sich letztendlich 16 Unternehmen (im Umfeld von Beleuchtungs- und Beschallungstechnik, davon 4 in OÖ und 3 in Linz. Damit begegnet man (bei vorsichtiger Schätzung unter Berücksichtigung des besonderen Marktumfeldes) einem Mitbewerb von rund 250, bis vielleicht 300 kleineren bzw. mittleren BBT-Unternehmen (>siehe Pt. 3.3., Abs. 2 »Mitbewerber im weiteren Sinne«). Jedenfalls deutet eine solche Auswertung, wie z.B. auch die regelmäßigen Berichte der *Kreativwirtschaft*,<sup>7</sup> den hohen Stellenwert der Landeshauptstädte (mit ihren Umlandregionen) im Event- und Veranstaltungsbereich an. Einer der größten Player ist in Österreich die *Habegger GmbH* (NÖ) mit ca. 12.3 Mio. Euro Umsatz p.a. (2023)<sup>8</sup>.

### 3.2. Markt

Studien des IHS aus dem Jahr 2012 bzw. 2017<sup>9</sup> beziffern die Ausgaben von Unternehmen, Öffentlichen Veranstaltungseinheiten sowie professionellen Eventagenturen auf Basis der Bruttoproduktionsleistung aller, mit einer Quote von rund 25%, die auf Technik (inkl. Fachpersonal) entfallen. Legt man diese Quote an die Gesamtleistung des (in den Studie v. 2017 untersuchten) Jahres 2015 von 6,38 Mrd. Euro, ergibt sich ein Gesamtauftragswert für Beleuchtung und Beschallung von rund **1.6 Mrd. Euro**.

*In dieser aktualisierten Fassung von 2017 wird diese Quote mit 14% angegeben, Personalkosten dürften aber hier nicht mehr enthalten sein, da die Quote Personal entsprechend höher ausfällt und alle diesbezüglichen Kosten der Vorleisterstruktur in dieser Position kumuliert worden sein dürften.*

Somit kann bei jener Quote von 14% annäherungsweise von Materialkosten gesprochen werden, und damit von geschätzten **895 Mio. Euro**.

In Hinsicht auf den in den letzten zwei Jahrzehnten erkennbaren Trend zur Professionalisierung, der sich insbesondere aus deutlich angestiegenen Umsätzen der Event-Agenturen ableiten lässt, kann der Event- und Veranstaltungsbereich in der heutigen Form als ein sehr junger und dynamischer Markt charakterisiert werden. Auch lässt sich grundsätzlich, bspw. in obiger Studie, bis 2020 ein sehr konsistentes Marktwachstum erkennen. Sie beziffert den Bruttoproduktionswert **2010** auf **5,6 Mrd. Euro** und in der aktualisierten Fassung für **2015** auf **6,38 Mrd. Euro**, jeweils ohne Preiseffekte. Dies entspricht einem Wachstum von rund 3% p.a. und einer Wertschöpfung inkl. Nebeneffekte von in etwa 3% des BIP.

Aufgrund der überwiegend kleinteiligen Struktur der interagierenden Marktbereiche, hat die Erbringung insbesondere spezialisierter Dienstleistungen auf technischer Seite des Veranstaltungsbereiches, entsprechend anhaltendes Marktpotential. Als Fachkraft ist bei optimaler Auslastung und Abrechenbarkeit ein Jahresumsatz von 100.000€ (brutto inkl. USt., Vollzeit) eine durchaus realistische Größenordnung.

Die Nachwehen der Krisenjahre 20/21 wirken auf den **Bedarf an Fachkräften** nach wie vor zusätzlich ein.

**Trends**, neben einem gemeinhin schonenden und nachhaltigen Umgang mit Ressourcen, sind in der Beleuchtungs- und Beschallungstechnik:

- ») **LED-(Licht-)Technik.** Lichtquellen besitzen anstatt eines konventionellen, wechselbaren Leuchtmittels eine feste LED-Engine. Die Kostenersparnis für Leuchtmittel, die Energieersparnis im Betrieb wie auch die Gewichtersparnis des Scheinwerfers insgesamt sprechen für sich.
- ») **Digitale Netzwerke (Audio over IP).** Ermöglicht den Transport von akustischen (Ton) oder Steuersignalen (Licht) in einem IP-Netzwerk. Audio-, Steuerungs-, oder Telemetriedaten können so über standardisierte Hardware (Ethernet-Switches; Cat5/6-Kabel) in einem digitalen Netzwerk, parallel

<sup>7</sup> Kreativwirtschaftsbericht 2023, KAT Austria

<sup>8</sup> Umwelterklärung, Habegger GmbH 2024

<sup>9</sup> Ökonomische Effekte Von Veranstaltungen In Österreich, IHS 2012, Aktualisierung 2017



und in Echtzeit übertragen werden. Nicht nur schwere analoge Multicore-Kabelsysteme gehören damit der Vergangenheit an, auch Bündelung mehrerer Signalarten/Protokolle (Ton/Dante - Licht/ArtNet) und Redundanz bspw. über einen physischen, mehradrigen Lichtwellenleiter kann so realisiert werden.

- » **Embedded Systems.** Endgeräte – Mischpult-Systeme, Wandler, Lautsprecher, Funkmikrofone bis hin zu deren Ladestationen – mit eingebetteten (oder nahezu vollständigen) digitalen Systemen, welche digitale Signalverarbeitung, effizienten Signaltransport oder komfortables Monitoring technischer Parameter erlauben. Neben neuesten Entwicklungen wie bidirektionalen Audio-Mehrkanal-Funksystemen, kann heute das dafür erforderliche Funkfrequenzen-Management via Software abgewickelt oder auch der Akku-Ladestand eines Handsenders bequem vom Mischpult oder schlicht von einem Tablet aus überwacht werden.
- » **Immersive Audio.** Dezentrale Beschallungskonzepte (vgl. Ton im Kino – *Dolby Atmos*), die anders als Punktquellen-Lautsprecher nicht nur punktuell ein optimales Hörerlebnis bieten (*Sweet Spot*), sondern über einen gesamten Beschallungsbereich, finden mittlerweile vereinzelt auch in Konzert- und Theaterbeschallung Eingang.
- » **Richtungshören.** Komplexe Systeme die Verortung bzw. Lokalisation von Schallereignissen erlauben, bspw. durch Positionserfassung (*Tracking*) der Akteure auf der Bühne. Der Klang *wandert* auf Basis der erfassten Position mithilfe komplexer Technologie über viele verteilte Lautsprecher mit der Schallquelle mit, ein Akteur kann auf große Entfernung bedeutend leichter wahrgenommen, und *geortet* werden. (vgl. *Bregenzer Richtungshören*<sup>10</sup>)

Nach dem gleichen Prinzip wird diese Technik (wenn vorhanden, synchron mit Ton oder als eigenes System) für automatisierte Scheinwerferfahrten (*Verfolger*) kopfbewegter Scheinwerfer, sogenannter Moving- Heads, genutzt.

**Markteintrittsbarrieren**, bspw. strukturelle (Absolute Kostenvorteile; Differenzierungsvorteile) oder strategische (Commitment), sind, wie in jedem Markt vielfältig gegeben. Über die einfachsten, essentiellsten und zugleich effektivsten für einen erfolgreichen Markteintritt

- » **Glaubwürdigkeit**
- » **Zuverlässigkeit**
- » **Vertrauenswürdigkeit**
- » **Verantwortung**

konnte bereits ein erstes Commitment bei ersten Jobs im Veranstaltungstechnikbereich erzielt werden. Hierüber wird ein **niederschwelliger Markteintritt** ermöglicht. So kann von Beginn an bei großen Events namhafter Auftraggeber sowie auf Seiten der Ausrüstung anhand High-End-Equipments »von der Pike auf« gelernt werden. Somit kann einerseits breites Know-How in den Bereichen Audio, Video und Lichttechnik bis hin zu Lichtdesign aufgebaut, aber auch im Zuge des beabsichtigten BSc.-Studiums für die nötige Spezialisierung gesorgt werden.

---

<sup>10</sup> <https://eventelelevator.de/stories/beschallung-der-bregenzer-festspiele/>