

news +++ **Musikmesse**
Prolight + Sound

news +++

Musikmesse und Prolight + Sound: Die Zukunft hat begonnen

Rund 100.000 Besucher aus 144 Ländern auf dem Frankfurter Messegelände und über 20.000 Musikfans beim Musikmesse Festival

Messeduo schließt mit positivem Branchenecho und gesteigener Besucherzufriedenheit



Mit dem Konzert von Oleta Adams und der hr-Bigband am Samstagabend gingen die Veranstaltungstage der Musikmesse und der Prolight + Sound 2017 zu Ende. Die vertretenen Branchen zeigten von der Leuchtdrohne bis zur 3D-Geige Innovationen für die Musik- und Entertainmentbranche. „Vor dem Hintergrund einer signifikanten Marktkonzentration in der Musikinstrumentenbranche und einer konstanten Entwicklung im Bereich der Veranstaltungstechnik bewerten wir den Verlauf des internationalen Messeduos positiv. Wir nehmen unseren Auftrag als Partner der vertretenen Branchen aktiv wahr, eine zukunftsorientierte Marketingplattform mit zielgruppenspezifischen Formaten und Events zu schaffen. Diesen Weg setzen wir im intensiven Dialog mit Ausstellern und Verbänden für 2018 konsequent fort“, so Detlef Braun, Geschäftsführer der Messe Frankfurt.

Rund 100.000 Besucher^[1] fanden in den vergangenen Tagen den Weg auf das Frankfurter Messegelände. Mit 144 Besuchernationen – im Vorjahr waren es 130 – wurde das Messe-Duo nochmals internationaler. Insgesamt 1.922 Aussteller aus 55 Ländern^[2] zeigten auf beiden Messen ein Produktspektrum von Medien-, Licht-, Ton- und Bühnentechnik und Eventausstattung bis Musikinstrumenten, elektronischem Equipment sowie Hard- und Software. Auch in diesem Jahr besuchten über 20.000 Musikfans die Veranstaltungen des Musikmesse Festivals.

Als integraler Bestandteil des Musikmesse-Konzepts mehr als 50 Auftritte nationaler und internationaler Künstler in den Clubs der Stadt. Mit dabei waren Konzerte von Extrabreit, Till Brönner, Steve Stevens & Band oder Branford Marsalis Quartet feat. Kurt Elling. Besondere Aufmerksamkeit wurde der Verleihung des Frankfurter Musikpreises an David Garrett zuteil, die erstmals in das Musikmesse Festival integriert war.

Branche honoriert weiterentwickeltes Messekonzept

Um den Mehrwert für alle Besuchergruppen zu steigern, wurde die Musikmesse um neue Anziehungspunkte ergänzt und das Rahmenprogramm erweitert. Gemeinsam mit dem Musikmesse Festival bot die Veranstaltung über 1.000 Veranstaltungen von Konzerten und Live-Performances bis hin zu Workshops und Masterclasses. Das Feedback der Branche ist positiv: „Der Spitzenverband der Musikinstrumenten- und Musikequipmentbranche Society Of Music Merchants (SOMM e. V.) begrüßt die Fortsetzung des 2016 begonnen Wegs einer umfassenden und immer noch andauernden Neuausrichtung. Bei dem neuen Konzept der Musikmesse bin ich mir sicher, dass einiges bewegt werden kann. Ein Wandel ist deutlich spürbar. Für deutsche, europäische und internationale Unternehmen gehört die Musikmesse/Prolight + Sound zu den wichtigsten Instrumenten in der Business-to-Business-Kommunikation“, sagt SOMM-Geschäftsführer Daniel Sebastian Knöll.

Auch weitere Verbände ziehen ein positives Fazit. „Wir sind mit dem Verlauf der Musikmesse sehr zufrieden. Ich habe viele Händlerkolleginnen und -kollegen auf der Messe angetroffen. Die Frequenz in den Hallen war gut, die Messestände immer gut besucht. Auch die Business Academy, bei der wir in diesem Jahr erstmals mit eigenen Themen vertreten waren, ist auf einem guten Weg. Kurzum: Die notwendigen Veränderungen der Musikmesse werden von der Branche anerkannt.“ Arthur Knopp, Präsident des Gesamtverbandes Deutscher Musikfachgeschäfte (GDM). Die Bedeutung der Musikmesse betont auch Gerhard A. Meinel, Vorsitzender des Bundesverbands der deutschen Musikinstrumenten-Hersteller e.V. (BDMH): „Die Musikmesse in Frankfurt ist eine Notwendigkeit für die deutsche und europäische Musikindustrie und gerade auch Länder aus dem Osten. Wir wissen die Internationalität zu schätzen. Wir brauchen diesen Marktplatz und hoffen, dass ihn möglichst viele auch zukünftig nutzen, denn davon lebt die Musikmesse – von der Ausstellerseite her, ebenso wie von der Händlerseite“.

Prolight + Sound zeigte die Power der Eventtechnik-Branche

Im Fahrwasser einer hohen Nachfrage nach Live-Entertainment und Business-Events und steigenden Erwartungen an zeitgemäße Inszenierungen hat sich die Veranstaltungstechnik-Branche zuletzt weiter positiv entwickelt. Dieser Optimismus war auch bei der Prolight + Sound zu spüren. Randell Greenlee, Bereichsleiter Politik und Internationales beim Verband für Medien- und Veranstaltungstechnik (VPLT) resümiert: „Nach einer umfangreichen Neuausrichtung in 2016 und einigen Nachbesserungen setzt die Messe ihre Erfolgsgeschichte fort. Einige unserer Mitglieder berichten, dass die Zahl der internationalen Besucher auf ihren Ständen in diesem Jahr gestiegen ist. Die Messe etabliert sich als Treffpunkt zum Networking für zahlreiche Verbände aus aller Welt. Zurecht sprechen wir von der Leitmesse unserer Branche“.

Resonanz von Ausstellern und Besuchern positiv

Arne Deters, Managing Director von db Technologies, lobt besonders die hohe Besucherqualität auf der Prolight + Sound: „Wir treffen in Frankfurt alle Rental-Kunden von Hobbyanwendern bis zu den führenden Produktionsfirmen. Aber auch die Chefeinkäufer der großen Musikalienhändler sind da. Die Prolight + Sound ist fraglos die wichtigste Messe für die Veranstaltungstechnik und 2017 lief ganz hervorragend für uns.“ Neben Neuheiten rund um Licht, Ton und Effekte hat sich die Netzwerk- und AV-Medientechnik zu einem immer wichtigeren Produktbereich auf der Veranstaltung entwickelt. „Die Messe trifft unseren Markt genau. Die Kunden sind bestens vorbereitet, kommen um zu kaufen und treffen ihre Entscheidungen teilweise für das komplette Jahr“, sagt Sarah Cox, Sales Manager EMEA, d3 Technologies.

Zahlreiche Aussteller unterstreichen die Relevanz der Musikmesse für die Branche: „Wir stellen hier die direkteste Verbindung her zwischen uns und den

Menschen, die unsere Produkte kaufen. Meine persönlichen Besuchsziele wurden sogar noch übertroffen. Wir planen, auch im nächsten Jahr wieder dabei zu sein“, sagt Chris Martin, CEO, C.F. Martin & Co. Rundum zufrieden mit dem Messeverlauf zeigt sich Alessio Gerundini, CEO des italienischen Traditionsunternehmens Zero Sette Accordion Factory: „Die Veranstaltung 2017 war für uns die geilste Musikmesse der letzten Jahre. Vom ersten Tag an hatten wir eine gute Anzahl an Besuchern. Es stimmte sowohl die Quantität als auch die Qualität. Wir haben viele neue Kontakte. Wir hatten Besucher aus ganz Europa, aber auch aus Asien und Südamerika. In diesem Jahr hat einfach alles gestimmt.“

Nicht nur die Aussteller-, sondern auch die Besucherzufriedenheit konnte bei der Musikmesse 2017 gesteigert werden. So gaben 83 Prozent der Besucher an, ihre persönlichen Ziele auf der Messe erreicht zu haben. Fachhändler der Branche bestätigen die positiven Prozesse, die im Zuge der Neuausrichtung angestoßen wurden. Den Stellenwert der Musikmesse unterstreicht Martin Wiesenbauer, Inhaber von Music World in Augsburg: „Die Show ist nach wie vor ein extrem wichtiger Anziehungspunkt für unsere Branche. Mein Eindruck in diesem Jahr ist, dass sichtbar versucht wird, mit den Heroes – die es in unserer Branche noch gibt – eine Magnetwirkung zu erzielen.“

Zentraler Bestandteil der Neuausrichtung der Musikmesse waren Erlebnis- und Education-Formate wie das Drum Camp mit Performances und Workshops weltbekannter Schlagzeuger. Das Konzept führte zur Rückkehr bekannter Marken. „Das Drum Camp war eines der Gründe, uns erstmals seit fünf Jahren wieder auf der Messe zu präsentieren“, sagt Frank Boestfleisch, Product Manager der deutschen Premium-Marke Sonor. „Wir sind vom Messeverlauf positiv überrascht. Mit der Besucherfrequenz sind wir mehr als zufrieden.“ Das Drum-Camp-Format wurde erstmals auf den Gitarrenbereich übertragen – mit Erfolg. „Das Konzept, uns in unmittelbarer Nähe des Guitar Camp zu präsentieren, hat uns voll überzeugt. Mit Bestandteilen wie diesen schafft die Messe einen großen Mehrwert für die Besucher“, sagt Bastian Krämer, Marketing-Leiter von Meinl Distribution, Vertrieb der Marke Ibanez.

Viele Innovationen und ein breites Themenspektrum

Zu den Musikmesse-Trends zählten neben Hybrid-Instrumenten, die Schnittstellen zwischen analogen und digitalen Klangwelten schaffen, auch die Nutzung neuartiger Materialien und Fertigungsmethoden. Ebenso wurde die weltweit erste Violine, die mit 3D-Drucktechnik hergestellt wird, auf der Messe präsentiert: „Wir treffen hier auf sehr professionelle Musiker, gerade auch aus dem klassischen Bereich. Außerdem freuen wir uns über das große Medieninteresse an unseren Produkten. Auch zu Fachhändlern haben wir viele interessante Kontakte hergestellt“, sagt Laurent Bernadec, der die „3DVarius“ entwickelt hat.

Darüber hinaus erweiterte die Messe ihr Themenspektrum durch Angebote

rund um Musiktherapie und –pädagogik. So präsentierte sich die Deutsche Musiktherapeutische Gesellschaft erstmals mit dem „InstruMental Room“ auf der Musikmesse und luden interessierte Besucher zu interaktiven Programmpunkten wie Klangreisen und DrumCircles ein. Im neuen Areal „Discover Music“, das gemeinsam mit der Frankfurt Music Academy realisiert wurde, konnten Besucher unter pädagogischer Anleitung nach Lust und Laune ausprobieren.

Mehr als 2.600 Teilnehmer nutzten das Vortragsprogramm der Prolight + Sound, um sich über Entwicklungen am Markt auf dem Laufenden zu halten – eine Steigerung von rund 40 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Auch das neue Sonderareal Silent Stage, das ein innovatives Bühnenkonzept für sauberen Sound und effektives Monitoring präsentierte, wurde positiv aufgenommen.

Die nächste Musikmesse und die nächste Prolight + Sound finden von 11. bis 14. April bzw. vom 10. bis 13 April 2017 statt.

Weitere Informationen zu Musikmesse und Prolight + Sound unter www.musikmesse.com und www.prolight-sound.com

Hintergrundinformation Messe Frankfurt

Messe Frankfurt ist der weltweit größte Messe-, Kongress und Eventveranstalter mit eigenem Gelände. Rund 2.400 Mitarbeiter an 30 Standorten erwirtschaften einen Jahresumsatz von über 640 Millionen Euro. Mittels tiefgreifender Vernetzung mit den Branchen und einem internationalen Vertriebsnetz unterstützt die Unternehmensgruppe effizient die Geschäftsinteressen ihrer Kunden. Ein umfassendes Dienstleistungsangebot – onsite und online – gewährleistet Kunden weltweit eine gleichbleibend hohe Qualität und Flexibilität bei der Planung, Organisation und Durchführung ihrer Veranstaltung. Die Servicepalette reicht dabei von der Geländevermietung über Messebau, Marketingdienstleistungen bis hin zu Personaldienstleistungen und Gastronomie.

Hauptsitz des Unternehmens ist Frankfurt am Main. Anteilseigner sind die Stadt Frankfurt mit 60 Prozent und das Land Hessen mit 40 Prozent.

Weitere Informationen: www.messefrankfurt.com