

## **Musikmesse und Prolight + Sound 2014: Leistungsschau der internationalen Musikinstrumenten- und Veranstaltungsbranche**

Frankfurt (ots) - Impulse für Wirtschaft und Gesellschaft:  
Messeprogramm unterstützt Musikförderung und fachliche Weiterbildung  
/ Musizieren für alle: Publikumstage auf der Musikmesse

Für die kommenden vier Tage ist Frankfurt das Zentrum der internationalen Musik- und Veranstaltungsbranche: Vom 12. bis 15. März bieten Musikmesse und Prolight + Sound eine einmalige Leistungs- und Innovationsschau von Musikinstrumenten, Noten, Musikproduktion und -vermarktung über Veranstaltungstechnik, bestehend aus Audio-, Licht-, Theater- und Bühnentechnik, bis hin zu AV-Medientechnik, Bildkommunikation und Systemintegration. "Mit dem Angebot von mehr als 2.242 Ausstellern aus 57 Ländern sind Musikmesse und Prolight + Sound das Mekka für die Kultur-, Kreativ- und Veranstaltungswirtschaft", sagt Detlef Braun, Geschäftsführer der Messe Frankfurt. "Hier zeigt sich die wirtschaftliche Verfassung der beiden Branchen, die derzeit unterschiedlicher nicht sein kann. Den Herausforderungen in der Musikinstrumentenindustrie stehen weiterhin positive Aussichten im Veranstaltungssektor entgegen."

Glitzer und Glamour umgibt die Veranstaltungs- und Entertainmentbranche: Die für 2013 prognostizierten 3,5 Mrd. Euro Umsatz sollen auch 2014 laut Verband für Medien- und Veranstaltungstechnik wieder erreicht werden. Positiver Treiber ist das enorme Innovationspotenzial der Branche, die sich ständig mit neuen Technologien auseinandersetzen muss, um Veranstaltungen effektiv zu gestalten. Die Prolight + Sound vermittelt mit 897 Ausstellern aus 42 Ländern (2013: 893, FKM-zertifiziert) einen lebendigen Eindruck von der Kreativität und Vielseitigkeit, aber auch von der Stabilität dieser Branche. Neben der Ausstellerzahl steigt in diesem Jahr auch die Internationalität der Veranstaltung: 64 Prozent der ausstellenden Unternehmen kommen aus dem Ausland (2013: 60 Prozent). Die am stärksten vertretenen Nationen sind, neben Deutschland, die USA, China, Italien, die Niederlande, Taiwan, Belgien und Frankreich. Die Fachmesse ist internationaler Impulsgeber und mit ihrem umfassenden Konferenzprogramm wie der Eventplaza und der International Event Safety Conference eine wichtige Weiterbildungsplattform für Veranstaltungsdienstleister, Betreiber von Veranstaltungsstätten, Sound-Experten, Lichtdesigner,

Bühnenbildner, Studiotechniker und Eventplaner. Nachhaltigkeit, Veranstaltungssicherheit und innovative Produktentwicklungen sind wichtige Themen der diesjährigen Messe.

Anders als die Live-Entertainment- und Eventbranche ist die Musikinstrumentenwirtschaft seit den letzten Jahren von einem Auf und Ab geprägt. Für 2013 prognostiziert das Institut für Handelsforschung Köln in Deutschland einen Umsatzrückgang mit Musikinstrumenten und Musikalien um 4% auf 930 Mio. Euro, wobei das wichtige Weihnachtsgeschäft noch nicht voll berücksichtigt ist. Das Umsatzniveau gleicht dem aus 2011 und liegt seit 2010 deutlich oberhalb der Marke von 900 Mio. Euro. Die leicht rückläufige Gesamtsituation spiegelt sich auch in der Ausstellerentwicklung der Musikmesse wider. 2014 stellen mehr als 1.345 Firmen aus 51 Ländern ihre Produkte und Dienstleistungen vor; knapp 2 Prozent weniger als noch 2013 (FKM-zertifiziert: 1.370). 68 Prozent der Aussteller kommen aus dem Ausland - vor allem aus den USA, China, Italien, Großbritannien, Spanien und Frankreich.

Der Dachverband Musikwirtschaft und Veranstaltungstechnik e.V. unterstreicht die unterschiedliche Geschäftsentwicklung der Musikinstrumentenbranche. "Deutsche Hersteller berichten von steigenden Umsätzen und deutlichen Produktionszuwächsen - nicht zuletzt durch eine hohe Exportquote deutscher Instrumentenqualität. Vor allem Klaviere und Flügel waren in 2013 echte Exportschlager in Richtung USA und China", sagt Gerhard A. Meinl, Vorsitzender des Bundesverbandes der deutschen Musikinstrumentenhersteller e.V. Der deutsche Musikfachhandel konnte hingegen in 2013 trotz erhöhter Kundenfrequenz seine Umsätze nur unter großen Anstrengungen stabil halten und so das positive Konsumklima in Deutschland nicht für sich nutzen. Umsatzbringer im Handel waren 2013 digitale Pianos, akustische Gitarren, Percussions, Noten und Trompeten. Andere Blasinstrumente wie die Blockflöte, Oboe und das Fagott sowie E-Gitarren und Schlagzeuge wurden deutlich weniger nachgefragt als noch 2012.

Musikwirtschaft fordert mehr Musikalische Bildung in Schulen

Ein weiterer Trend wurde im vergangenen Jahr deutlich: Der Handel klagt über fehlende Umsätze im instrumentalen Einsteigerbereich, da immer weniger Kinder und Jugendliche an das aktive Musizieren herangeführt werden. Diese Beobachtung untermauert Prof. Christian Höppner, Generalsekretär des Deutschen Musikrates: "Die Verkürzung

und Verdichtung der Schulzeit, bis zu 80% ausfallender oder fachfremd erteilter Musikunterricht an Grundschulen sowie der entstehende Fachkräftemangel in musikvermittelnden Berufen sind nur einige der Probleme, die mittel- und langfristig drastische Auswirkungen - nicht nur auf das Musikleben und die Musikwirtschaft - haben werden."

Als Impulsgeber mit umfassendem Besucherprogramm leistet die Musikmesse zur Musikalischen Bildung und Förderung der Musikerziehung einen signifikanten Beitrag: "Die Musikmesse-eigene Initiative Music4Kids führt Kinder spielerisch an das Musizieren und den Umgang mit Rhythmus heran. Dabei ist ausprobieren und anfassen ausdrücklich erlaubt", sagt Cordelia von Gymnich, Bereichsleiterin Messe Frankfurt Exhibition GmbH. Dazu unterstützt die Musikmesse viele weitere Initiativen wie "Klassenmusizieren" der Akademie für Musikpädagogik oder "Ein Anfang mit Musik" des Gesamtverbands Deutscher Musikfachgeschäfte, die Musikerziehung in allgemeinbildenden Schulen und Kindertagesstätten fördern. Beachtung und eine wichtige öffentliche Plattform finden auf der Musikmesse auch Aktionen wie das SchoolJam-Finale oder die Verleihung des Europäischen Schulmusikpreises. All diese Aktivitäten sollen über die Musikmesse hinaus dem aktiven Musizieren in der Gesellschaft einen größeren Stellenwert verschaffen und so neue Impulse für die kreative Musikwirtschaft geben.

Da Musizieren etwas für Alle ist, öffnet die Musikmesse am Freitagnachmittag (ab 14 Uhr) und am Messe-Samstag für zehntausende Musikbegeisterte und diejenigen, die es werden wollen. Das Frankfurter Messegelände wird dann zur größten Musikhandlung der Welt mit mehr als 30.000 Instrumenten, die nicht nur bestaunt sondern auch ausprobiert werden können. Daneben beweisen Musiker ihr Können mit Live-Darbietungen auf verschiedenen Bühnen. Auch zahlreiche Autogrammstunden sind bereits angekündigt, wie von The BOSSHOSS, Rod Gonzales, Jeff Beck, Meshuggah, Wolf Hoffmann, Jeff Loomis und viele mehr.

~

Informationen für die Publikumstage:  
Freitag-Nachmittag, 14. März, 14 - 18 Uhr  
Eintrittskarten nur über Kassenverkauf  
Erwachsene 10 Euro  
Kinder von 6-14 Jahren 5 Euro

~

~

Samstag, 15. März, 9 - 18 Uhr

Erwachsene (Online-Vorverkauf) 20 Euro

Erwachsene (Kasse) 30 Euro

Kinder von 6-14 Jahren 8 Euro

Schüler/Studenten 16 Euro

Familien 35 Euro

(bis 2 Erwachsene und 1-3 Kinder von 6-14 Jahren)

Kinder bis zu 6 Jahren haben freien Eintritt

Gruppen ab 25 Personen (nur Kasse) 16/St. Euro

~

Hintergrundinformation Messe Frankfurt:

Die Messe Frankfurt ist mit rund 543\* Millionen Euro Umsatz und 2.026\* Mitarbeitern eines der weltweit führenden Messeunternehmen. Die Unternehmensgruppe besitzt ein globales Netz aus 28 Tochtergesellschaften und rund 50 internationalen Vertriebspartnern. Damit ist die Messe Frankfurt in mehr als 150 Ländern für ihre Kunden präsent. An über 30 Standorten in der Welt finden Veranstaltungen "made by Messe Frankfurt" statt. Im Jahr 2013 organisierte die Messe Frankfurt 114\* Messen, davon mehr als die Hälfte im Ausland. Auf den 578.000 Quadratmetern Grundfläche der Messe Frankfurt stehen derzeit zehn Hallen und ein angeschlossenes Kongresszentrum. Das Unternehmen befindet sich in öffentlicher Hand, Anteilseigner sind die Stadt Frankfurt mit 60 Prozent und das Land Hessen mit 40 Prozent.

Weitere Informationen: [www.messefrankfurt.com](http://www.messefrankfurt.com)

\*vorläufige Zahlen (2013)

~

Rückfragehinweis:

Julia Krell

Director Marketing Communications

Consumer Goods & Entertainment

Messe Frankfurt Exhibition GmbH

Ludwig-Erhard-Anlage 1

60327 Frankfurt am Main, Germany

Tel. +49 69 75 75-68 03

Fax +49 69 75 75-968 03

Mobil +49 151 - 252 888 15

[julia.krell@messefrankfurt.com](mailto:julia.krell@messefrankfurt.com)

www.messefrankfurt.com

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/DE70429/aom>

\*\*\* OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLIESSLICHER  
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.OTS.AT \*\*\*

OTS0235 2014-03-11/16:02

111602 Mär 14

Link zur Aussendung:

[http://www.ots.at/presseaussendung/OTS\\_20140311\\_OTS0235](http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20140311_OTS0235)