

GIM | RELEVANCE COUNTS.

# Event Trend Studie Schweiz 2024

Eine Mitgliederumfrage der Verbände  
EXPO EVENT, svtb, TECTUM und VSSA

Zürich, März 2024



GIM | RELEVANCE COUNTS.

# INHALTSVERZEICHNIS

## › **Management Summary**

Methodischer Steckbrief und Verbandsstruktur

Dienstleistungen der Branche und Verbandsarbeit

Human Resources

Budget

Internationalisierung

Formate und Technologie

Teilnahme an Ausschreibungen

Nachhaltigkeit

Herausforderungen und Massnahmen



## Management Summary – Zusammenfassung der Ergebnisse (1 von 3)

- **Die Event Trend Studie Schweiz 2024**

- wurde als Mitgliederumfrage der Verbände **Swiss LiveCom Association EXPO EVENT, svtb** - Schweizer Verband technischer Bühnen- und Veranstaltungsberufe, **TECTUM** - Schweizer Verband der Festzeltbauer & temporäre Bauten und **VSSA** - Verein Schweizer Stadion- und Arenabetreiber
- im Zeitraum 19.01.24 – 11.02.24 durchgeführt.
- Die Umfrage fand bereits zum zweiten Mal, nach 2022, statt. Jedes fünfte Mitglied hat sich an der Umfrage beteiligt.

- **Verbandsstruktur**

- Nahezu die Hälfte der Gesamtbranche besteht aus Mikrounternehmen mit bis zu neun Beschäftigten. Verglichen zu 2022 fand eine leichte Verschiebung zugunsten von Kleinunternehmen mit bis 49 Angestellten statt.
- Die Struktur der einzelnen Verbände ist unterschiedlich: der Grossteil der svtb-Mitglieder sind Mikrounternehmen während bei EXPO EVENT sich deren Anteil bei rund einem Drittel befindet - dafür sind fast die Hälfte Kleinunternehmen mit bis zu 49 Beschäftigten.

- **Verbandsarbeit aus Sicht der Mitglieder**

- Die Verbandsarbeit kommt bei den Mitgliedern gut an. svtb Mitglieder sind am zufriedensten gefolgt von EXPO EVENT und VSSA.
- Mitglieder sind der Meinung, ihr Verband sollte mehr für die Verbesserung von Aus- und Weiterbildungsangeboten tun.
- Insgesamt sind die Mitglieder am zufriedensten mit dem Lobbying und am wenigsten zufrieden mit der Förderung kleiner Unternehmen.
- Mit den Massnahmen und Angeboten für Aus- und Weiterbildung ist svtb im Vergleich zu anderen Verbänden am zufriedensten. Bei den Mitgliedern von EXPO EVENT ist die Zufriedenheit mit dem Lobbying am höchsten.

## Management Summary – Zusammenfassung der Ergebnisse (2 von 3)

### • Human Resources

- **Dynamik im Personalbestand:** Die letzten zwei Jahre gehen mit einer verstärkten Dynamik im Personalbestand aller Unternehmen einher. Der Personalbestand in den letzten zwei Jahren ist bei fast der Hälfte der Unternehmen gestiegen. Lediglich 12% haben einen Rückgang vermerkt.
- Der Blick in die nahe Zukunft ist für die Hälfte der Unternehmen von Zuversicht geprägt sie rechnen weiterhin mit einem **Zuwachs an Mitarbeitenden** in den nächsten zwei Jahren. EXPO EVENT Mitglieder sind noch optimistischer: fast zwei Drittel sind überzeugt, in den nächsten zwei Jahren neue Mitarbeitende einstellen zu können.
- **Ausbildungs- und Praktikumsplätze** sind ein fester Bestandteil der HR-Strategie in den meisten Unternehmen. So geben 80% aller Befragten an, generell Angebote für Praktikanten oder für Lernende zu haben. Die Anzahl der Unternehmen, die gegenwärtig keine Ausbildungsplätze haben, hat um über 10% abgenommen.
- In der gesamten Branche herrscht überwiegend die Meinung, dass das **Angebot an Weiterbildungsmöglichkeiten** verbessert werden sollte. Etwa ein Viertel der Befragten bemerkt Auswirkungen durch die «GoBackstage» Initiative.

### • Budget

- Die **Entwicklung der Umsätze** zeigt es deutlich: Die Event- und Live-Kommunikationsbranche war sehr stark von der Pandemie betroffen. So ist im Jahr 2020 der Umsatz über alle Unternehmen hinweg um mehr als die Hälfte eingebrochen. Drei Jahre später hat sich der Umsatz stark erholt, ist jedoch noch nicht am Ausgangspunkt, 2019. Erst der Forecast für 2024 scheint über dem Niveau von 2019 zu liegen.
- **Der Forecast 2022 wurde insgesamt sehr gut getroffen.** Der Anteil der Unternehmen mit einem Umsatz über zwei Millionen CHF hat sich positiv und gegen den Forecast für 2022 entwickelt – das erreichen über 40% der Befragten.

### • Internationalisierung

- Wie in fast allen Industrien ist auch in der Eventbranche ein **Exportüberschuss** festzustellen: es werden mehr Aufträge im Ausland übernommen als welche an ausländische Unternehmen vergeben. Während TECTUM und VSSA Mitglieder Ihren Umsatz komplett in der Schweiz erzielen, sind es nahezu die Hälfte der EXPO EVENT Unternehmen, die Aufträge im Ausland übernehmen. Dieser Anteil hat stark zugenommen. Bei svtb Mitgliedern hält sich das Export-Import-Verhältnis die Waage.
- Der **Dienstleistungsaustausch** mit dem Ausland wird überwiegend in den Kernkompetenzen der jeweiligen Unternehmen getätigt.

## Management Summary – Zusammenfassung der Ergebnisse (3 von 3)

### • **Formate und Technologien**

- Die Event- / Live-Kommunikationsbranche hat sich nach dem Ende der Pandemie markant zu dem verändert, was sie davor war. **Insgesamt haben somit Live-Formate wieder stark an Bedeutung gewonnen.** Das haben v.a. EXPO EVENT und svtb Mitglieder deutlich gespürt. Für über 80% der Unternehmen haben Live-Formate die stärkste Zuwachsrate in den letzten zwei Jahren gehabt.
- Für die nächsten Jahre wird besonders dem **Hybriden-Format** ein gewisses Wachstumspotential eingeräumt. Obwohl dem Hybrid-Format ein Wachstum für die nächsten Jahre vorhergesagt wird, ist in der Branche eine gewisse Unsicherheit bzgl. der allgemeinen **Entwicklung in Zukunft (2024 f.)** festzustellen: 42% der svtb- aber nur 24% der EXPO EVENT Mitglieder sehen darin ein grosses Wachstumspotential.

### • **Teilnahme an Ausschreibungen**

- Im Durchschnitt haben die Befragten **an 7.4 Pitches** teilgenommen. Dabei haben sich lediglich **42% der Unternehmen** an Pitches beteiligt. Trotz hoher Investitionen, wurden die meisten Angebotspräsentationen nicht vergütet.
- Am häufigsten haben sich EXPO EVENT Mitglieder an Pitches beteiligt. Nahezu zwei Drittel haben an Ausschreibungen teilgenommen. Für über die Hälfte aller Pitches gab es kein Honorar.

### • **Nachhaltigkeit**

- Lediglich ein Drittel der Unternehmen gibt an, keine speziellen Massnahmen zur Verbesserung der Nachhaltigkeit ergriffen zu haben. **EXPO EVENT** Mitglieder können als Branchenvorreiter betrachtet werden. Die Mehrheit der Unternehmen macht Auftraggeber auf nachhaltige Events aufmerksam und bietet dazu die entsprechenden Dienstleistungen an.
- Eine **Zertifizierung** als nachhaltiges Unternehmen ist nicht populär. Dennoch ist der Anteil derjenigen, die eine Zertifizierung planen, um 13% gestiegen.

### • **Herausforderungen und Massnahmen**

- Die letzten zwei Jahre wurde **in andere Geschäftsbereiche diversifiziert**, jedoch deutlich weniger als vor zwei Jahren. Insgesamt gibt ein Fünftel aller Befragten an, neue Geschäftsfelder erschlossen zu haben, was einem Rückgang von 25% im Vergleich zu 2022 entspricht. Das Spektrum der Diversifizierung ist gross und v.a. kreativ. EXPO EVENT Unternehmen setzen v.a. auf Convenience Food. Im svtb wurde besonders der Bereich Stadionsbeleuchtung und Multimedia-Installation erweitert.
- **Herausforderungen** sind einfacher zu meistern, wenn man diese gemeinsam angeht. Alles in Allem arbeiten 41% der Befragten bereits mit einem Partner zusammen. Das sind 12% weniger als vor zwei Jahren.

# INHALTSVERZEICHNIS

Management Summary

➤ **Methodischer Steckbrief und Verbandsstruktur**

Dienstleistungen der Branche und Verbandsarbeit

Human Resources

Budget

Internationalisierung

Formate und Technologie

Teilnahme an Ausschreibungen

Nachhaltigkeit

Herausforderungen und Massnahmen



## Swiss LiveCom Association EXPO EVENT: Der nationale Branchenverband, der sich für die Anliegen der LiveCom-Branche einsetzt.

Swiss Livecom Association EXPO EVENT vereint als Dachverband mit Messeveranstaltern und Messeplätzen, Venues, Eventagenturen, Eventtechnik-Unternehmen und anderen Zulieferern die Event-Welt und setzt sich für optimale Rahmenbedingungen für die Veranstaltungsbranche gegenüber politischen Vertretern, der Verwaltung und der breiten Öffentlichkeit ein. Das Portfolio des Verbandes umfasst verschiedene Networkinganlässe (XAVER Award, Breakfast Club) sowie Angebote im Bereich Bildung (EXPO EVENT Academy) und Nachhaltigkeit (Zertifizierung auf Grundlage der ISO-Norm 20121 – Event Sustainability Management Systems, Nachhaltigkeitsrechner). Die über 180 aktiven Mitglieder sind führende, national und international tätige Schweizer Unternehmen.

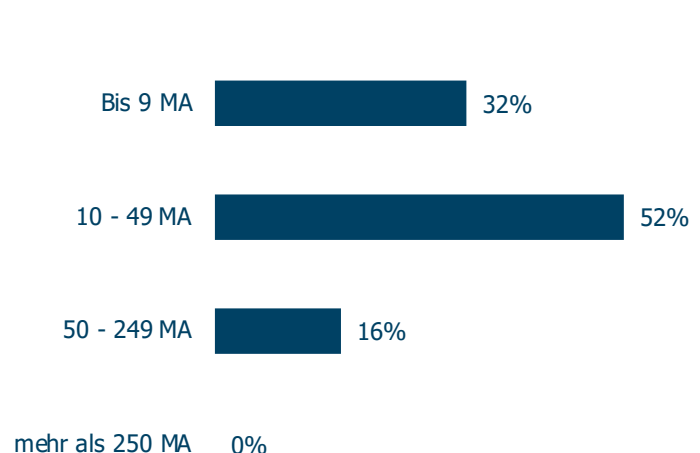


Abb.: Grösse der Unternehmen nach Anzahl Mitarbeitende – EXPO EVENT

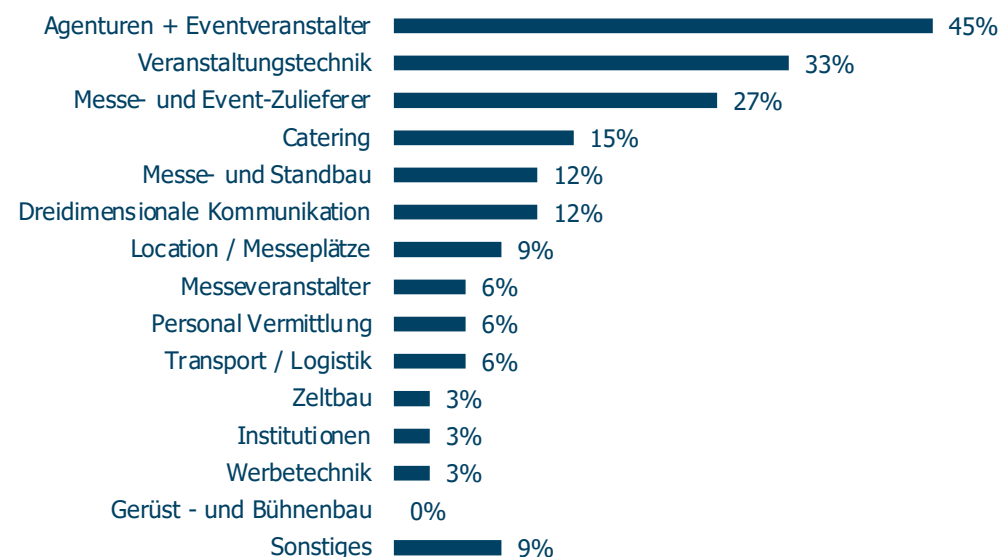


Abb.: Dienstleistungen im Bereich Event / Live-Kommunikation – EXPO EVENT

## Der svtb ist der Verband der technischen und handwerklichen Fachkräfte in der Schweizer Veranstaltungstechnik.

Der svtb vertritt als Branchenverband die technischen und handwerklichen Fachkräfte, die in Theatern, an Events und Kulturveranstaltungen, Messen und Versammlungsstätten, Medienproduktions- und Dienstleistungs-Unternehmen in der Schweiz tätig sind. Mit über 420 Mitgliedern aus der Privatwirtschaft und dem öffentlichen Sektor setzt sich der svtb als grösster Verband der Schweizer Veranstaltungstechnik-Branche für die Interessen der Arbeitnehmenden und Arbeitgebenden dieses Wirtschaftszweigs ein. Als ehrenamtlich geführter Verband arbeitet der svtb nicht gewinnorientiert und die Mitgliederbeiträge werden vollumfänglich für die Verbandsziele eingesetzt.

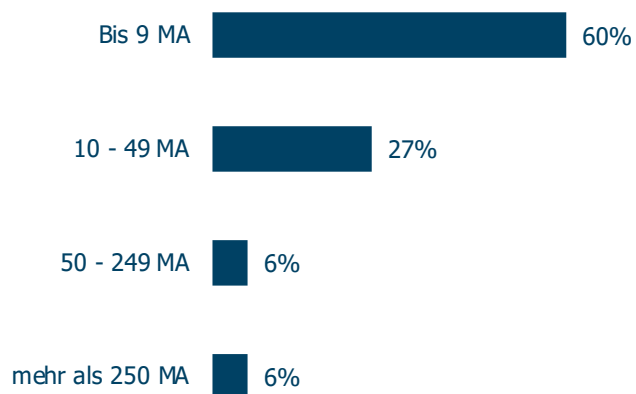


Abb.: Grösse der Unternehmen nach Anzahl Mitarbeitende - svtb

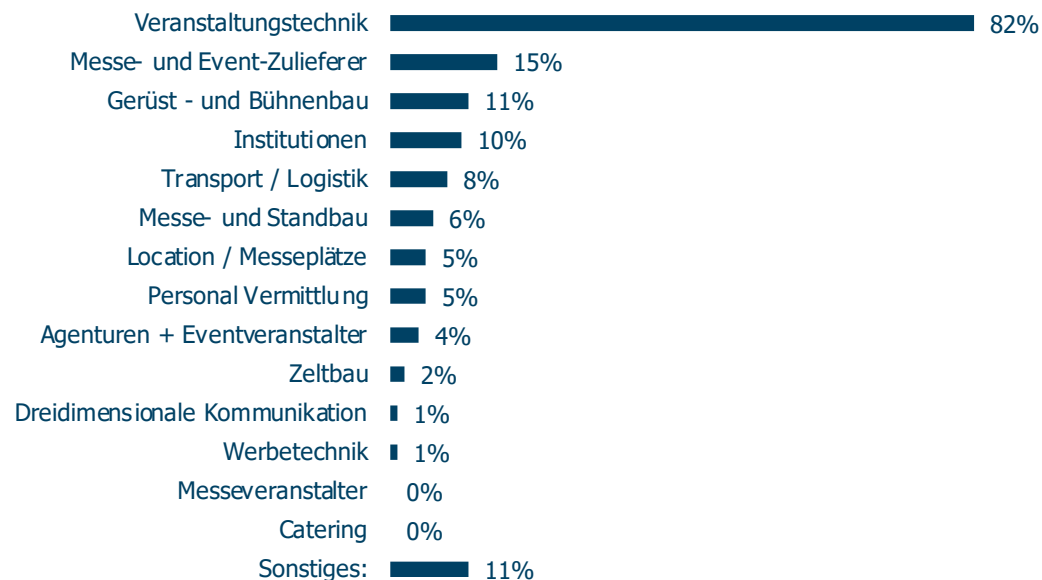


Abb.: Dienstleistungen im Bereich Event / Live-Kommunikation - svtb



## TECTUM ist der Schweizer Verband der Festzeltbauer und temporäre Bauten.

Als unabhängiger Branchenverband für die Schweizer Festzeltbauer & temporäre Bauten versteht sich TECTUM als Interessenvertretung für seine Mitglieder und zugleich als Anlaufstelle für alle, die professionelle Leistungen im Festzeltbau, Bühnenbau und Tribünenbau sowie für temporäre Bauten erwarten. TECTUM stärkt als Verein die Unternehmen im Zeltbau und Unternehmen im Bereich Zeltvermietung, Errichtung und Ausstattung von temporären Bauten. Als Verband der Festzeltbauer & temporäre Bauten vertritt TECTUM seine Mitgliedsunternehmen mit Expertenwissen, Unterstützung in der Präsentation von Leistungen und Services sowie gegenüber der politischen Administration.

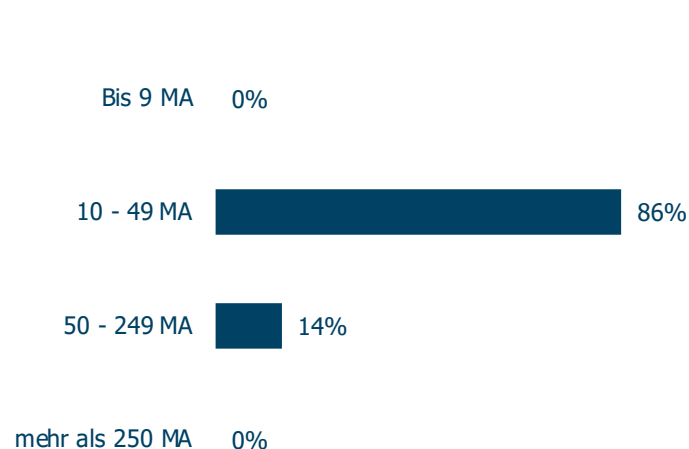


Abb.: Grösse der Unternehmen nach Anzahl Mitarbeitende - TECTUM

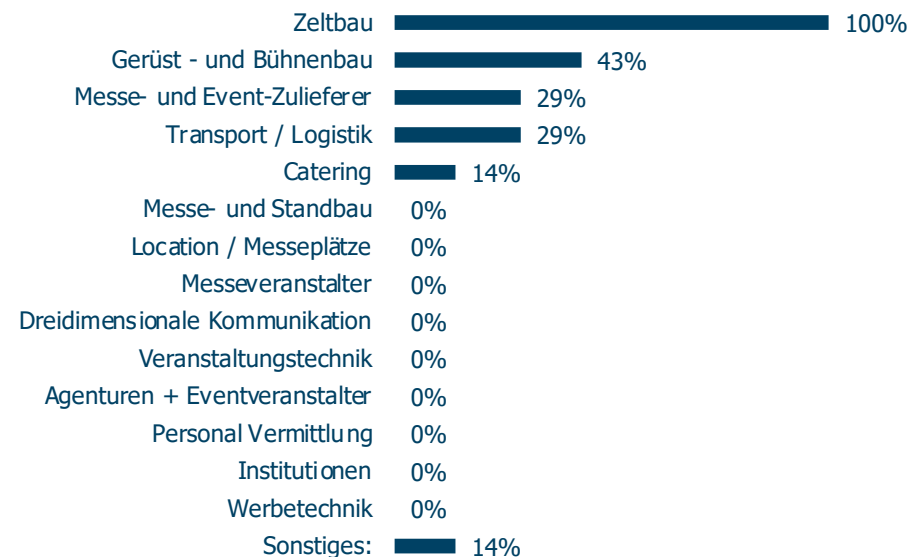


Abb.: Dienstleistungen im Bereich Event / Live-Kommunikation - TECTUM

## Der VSSA ist die führende Kraft und Kompetenzstelle für das Arena- und Stadionbusiness in der Schweiz!

Der VSSA stellt ein professionelles Netzwerk von bedeutenden Stadion- und Arenabetreibern sicher und ist kompetenter Ansprechpartner in allen Fragen des Stadion- und Arenabetriebs. Den Mitgliedern ermöglicht der VSSA den Zugang zu relevanten Informationen und Plattformen. Der VSSA stellt sicher, dass die volkswirtschaftliche Bedeutung der Stadion- und Arenaindustrie einen entsprechenden Platz in der Wahrnehmung von Behörden, Veranstaltern und Öffentlichkeit einnimmt.

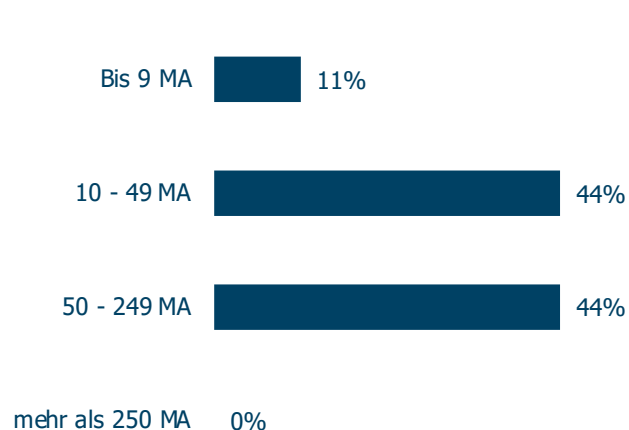


Abb.: Grösse der Unternehmen nach Anzahl Mitarbeitende - VSSA

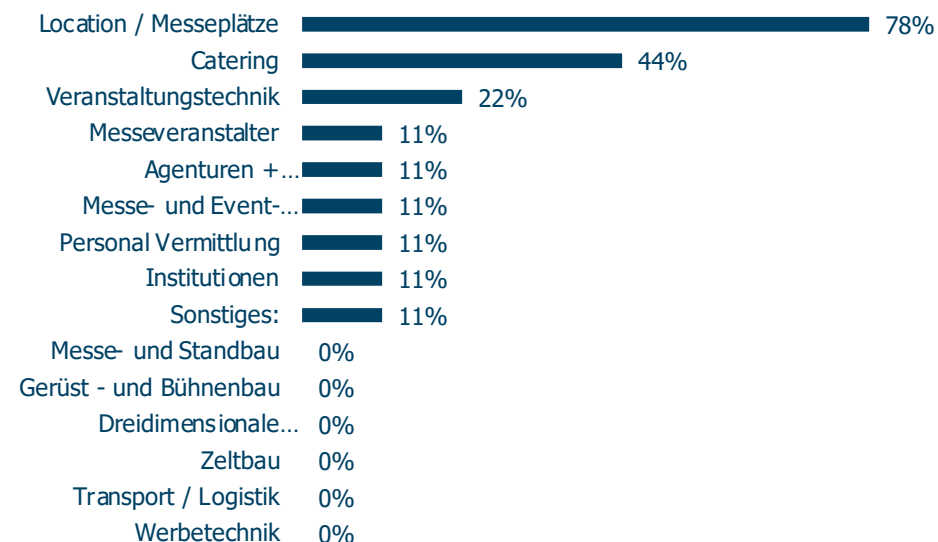
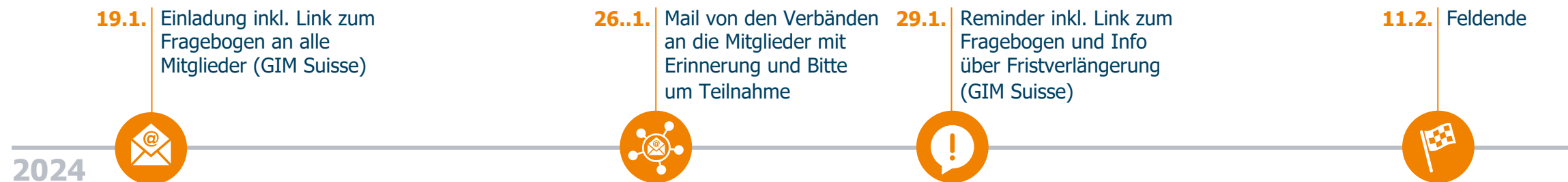


Abb.: Dienstleistungen im Bereich Event / Live-Kommunikation - VSSA

## Jedes fünfte Mitglied hat sich an der Umfrage beteiligt.

### Feldarbeit



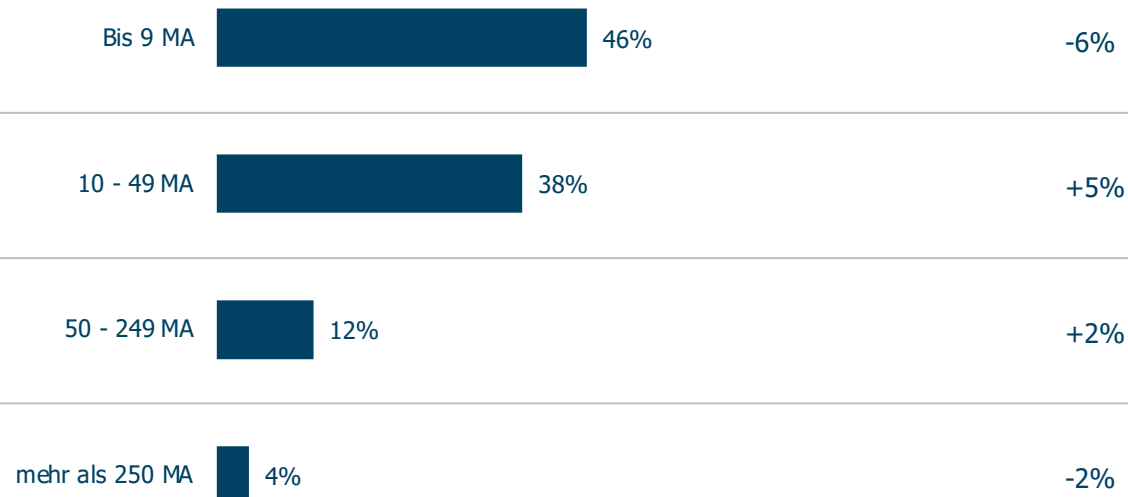
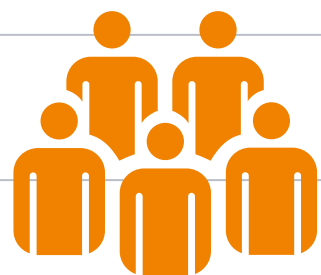
### Rücklauf

	N		N	in %
Erhaltene Mitgliederadressen insgesamt	<b>686</b>	Rücklauf insgesamt	<b>138</b>	20%
EXPO EVENT	<b>188</b>	EXPO EVENT	<b>33</b>	18%
svtb	<b>423</b>	svtb	<b>89</b>	21%
TECTUM	<b>27</b>	TECTUM	<b>7</b>	26%
VSSA	<b>48</b>	VSSA	<b>9</b>	19%

## Fast die Hälfte der Gesamtbranche besteht aus Mikrounternehmen mit bis zu neun Beschäftigten. Die Anzahl der Unternehmen mit 10-49 Mitarbeitenden ist gestiegen.

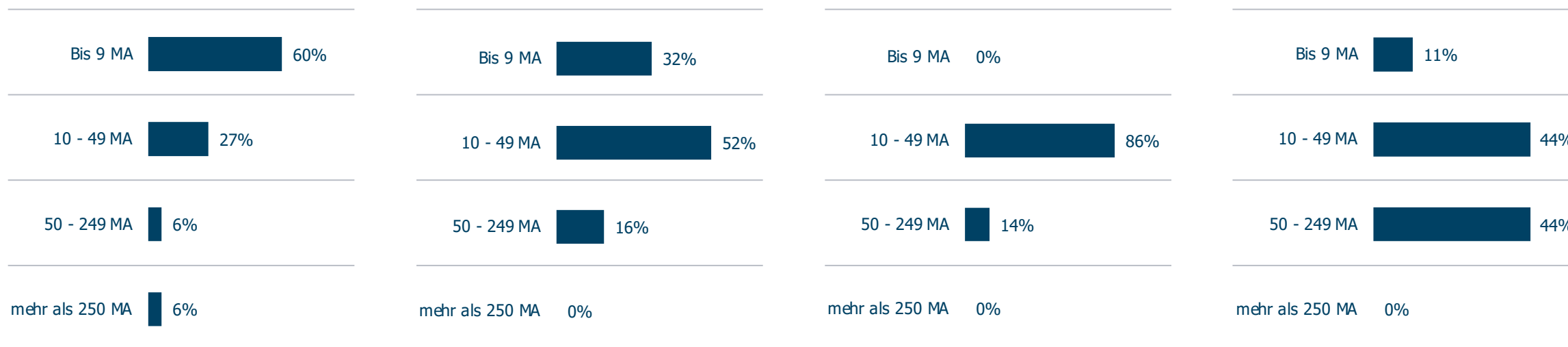
### Grösse der Unternehmen nach Anzahl Mitarbeitende

Δ 2022



Q3.1 Wie viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind gesamthaft in Ihrem Unternehmen angestellt – OHNE Freelancerinnen / Freelancer?  
Basis: Total N=124 | Offene, numerische Frage | Angaben in %

## Auch wenn die Struktur der einzelnen Verbände unterschiedlich ist, das Gesamtbild ist stark von Mikro- und Kleinunternehmen geprägt.



Q3.1 Wie viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind gesamthaft in Ihrem Unternehmen angestellt – OHNE Freelancerinnen / Freelancer?  
 Basis: Total N=124 | Offene, numerische Frage | Angaben in %

# INHALTSVERZEICHNIS

Management Summary

Methodischer Steckbrief und Verbandsstruktur

➤ **Dienstleitungen der Branche und Verbandsarbeit**

Human Resources

Budget

Internationalisierung

Formate und Technologie

Teilnahme an Ausschreibungen

Nachhaltigkeit

Herausforderungen und Massnahmen



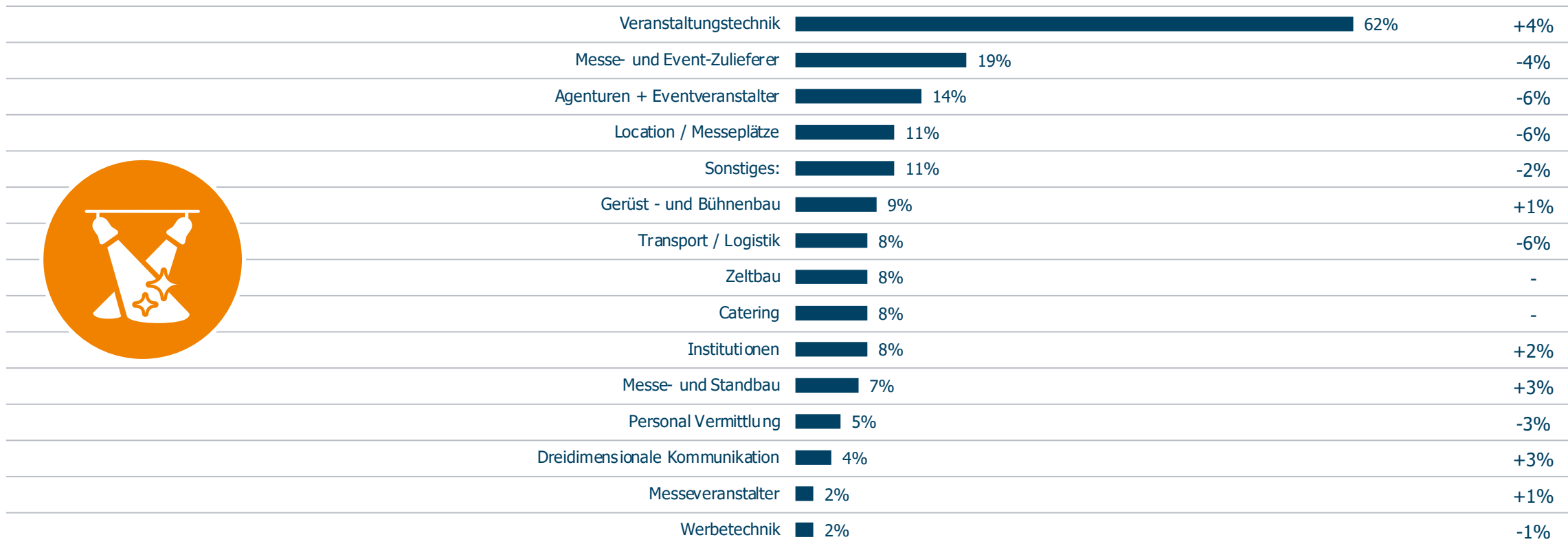
## Insgesamt ist die Zufriedenheit mit der Verbandsarbeit sehr hoch – Potential gibt es hinsichtlich Aus- und Weiterbildung aber auch in der Förderung kleiner Unternehmen.

- Bezogen auf die **Gesamtbranche** konzentriert sich das Angebot der Unternehmen unverändert auf die **Veranstaltungstechnik**.
- **Messe- und Event-Zulieferer** sowie **Agenturen und Eventveranstalter** sind ebenfalls wichtige Dienstleistungen, die v.a. von EXPO EVENT aber auch von svtb respektive VSSA angeboten werden. Agentur- und Eventveranstaltung sowie Veranstaltungstechnik verzeichneten einen Anstieg.
- Mitglieder von EXPO EVENT sind breiter gestellt und bieten weitere Dienstleistungen v.a. im Bereich 3D-Kommunikation, Messe, Werbetechnik, Zelt- sowie Gerüst- und Bühnenbau an.
- VSSA Unternehmen sind besonders im Bereich Location / Messeplätze aber auch Catering engagiert.
- Alle Mitglieder von TECTUM sind im Zeltbau tätig, wobei etwas weniger als die Hälfte auch im Gerüstbau und Bühnenbau aktiv ist.
- **Die Verbandsarbeit kommt bei den Mitgliedern gut an.** svtb Mitglieder sind am zufriedensten gefolgt von EXPO EVENT und VSSA.
- Generell gibt es **Verbesserungspotential** hinsichtlich Aus- und Weiterbildung. Ebenfalls sind Mitglieder der Meinung, ihr Verband sollte mehr politisches Engagement zeigen und damit verbunden mehr Lobbying für die Branche betreiben. EXPO EVENT Mitglieder wünschen sich zusätzlich eine verstärkte Zusammenarbeit mit anderen Verbänden.
- Über alle Verbände hinweg sind Mitglieder am zufriedensten mit dem **Lobbying** und am wenigsten zufrieden mit der **Förderung kleiner Unternehmen**.
- Kleine Unternehmen werden v.a. bei EXPO EVENT und svtb unzufriedenstellend gefördert.

## Das Hauptangebot der Gesamtbranche ist unverändert die Veranstaltungstechnik.

### Dienstleistungen im Bereich Event / Live-Kommunikation insgesamt

Δ 2022



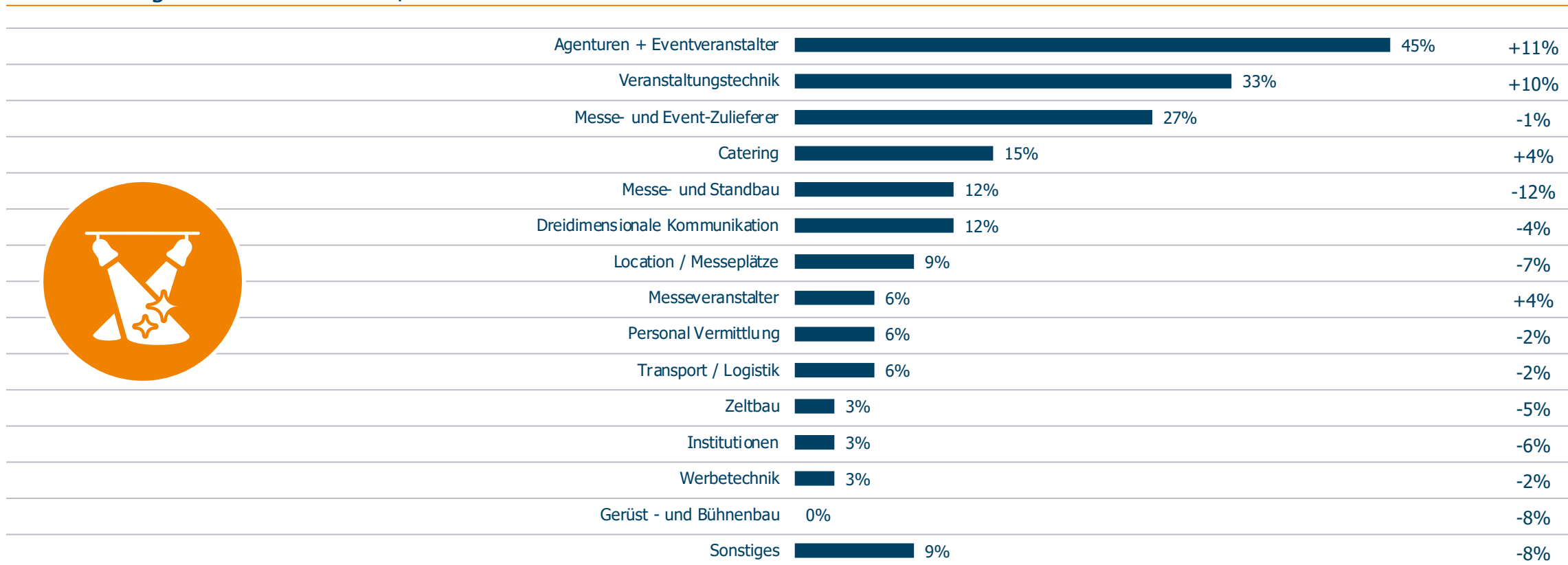
Q2.1 Welche Dienstleistungen aus dem Bereich Event / Live-Kommunikation bietet Ihr Unternehmen an?  
Basis: Total N=133 | Mehrfachantworten möglich | Angaben in %



## Die Leistungen der EXPO EVENT Mitglieder sind vielfältig. Agentur- und Eventveranstaltung sowie Veranstaltungstechnik verzeichneten einen Anstieg.

### Dienstleistungen im Bereich Event / Live-Kommunikation EXPO EVENT

Δ 2022

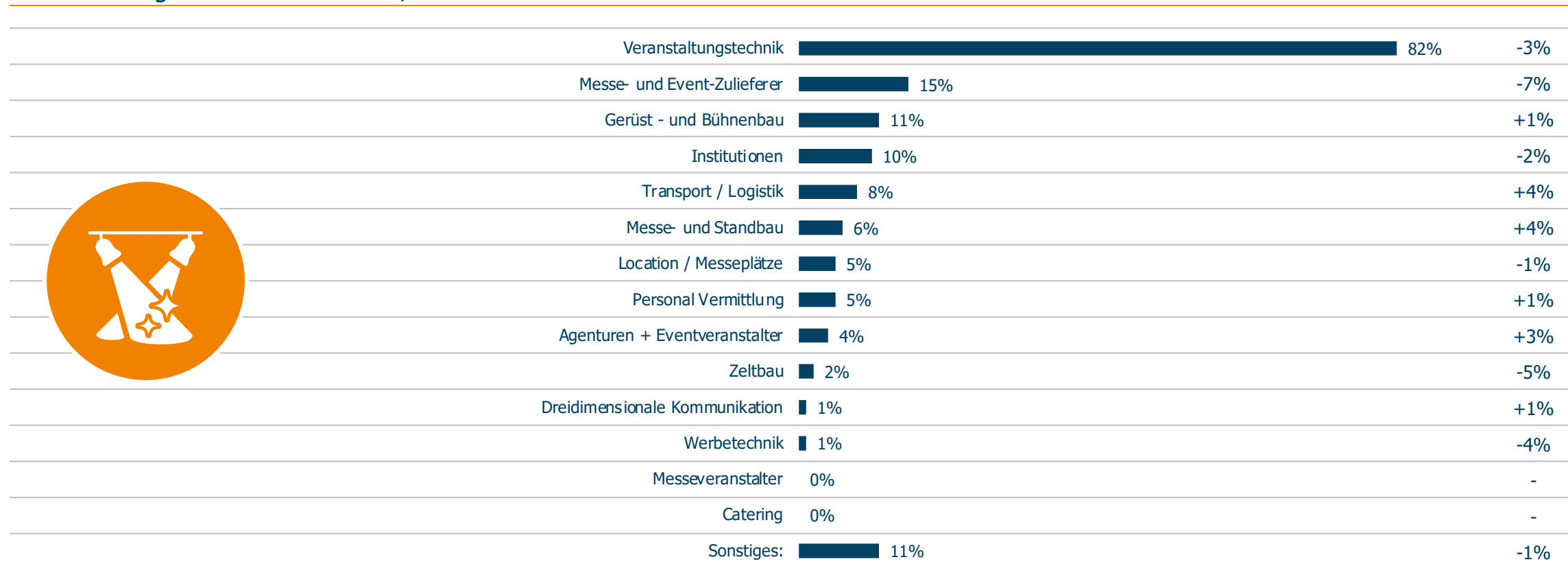


Q2.1 Welche Dienstleistungen aus dem Bereich Event / Live-Kommunikation bietet Ihr Unternehmen an?  
Basis: Expo Event n=33 | Mehrfachantworten möglich | Angaben in %

## Mitglieder des svtb sind vor allem auf die Bereitstellung von Veranstaltungstechnik spezialisiert. Einen starken Rückgang ist bei der Zulieferung zu verzeichnen.

### Dienstleistungen im Bereich Event / Live-Kommunikation svtb

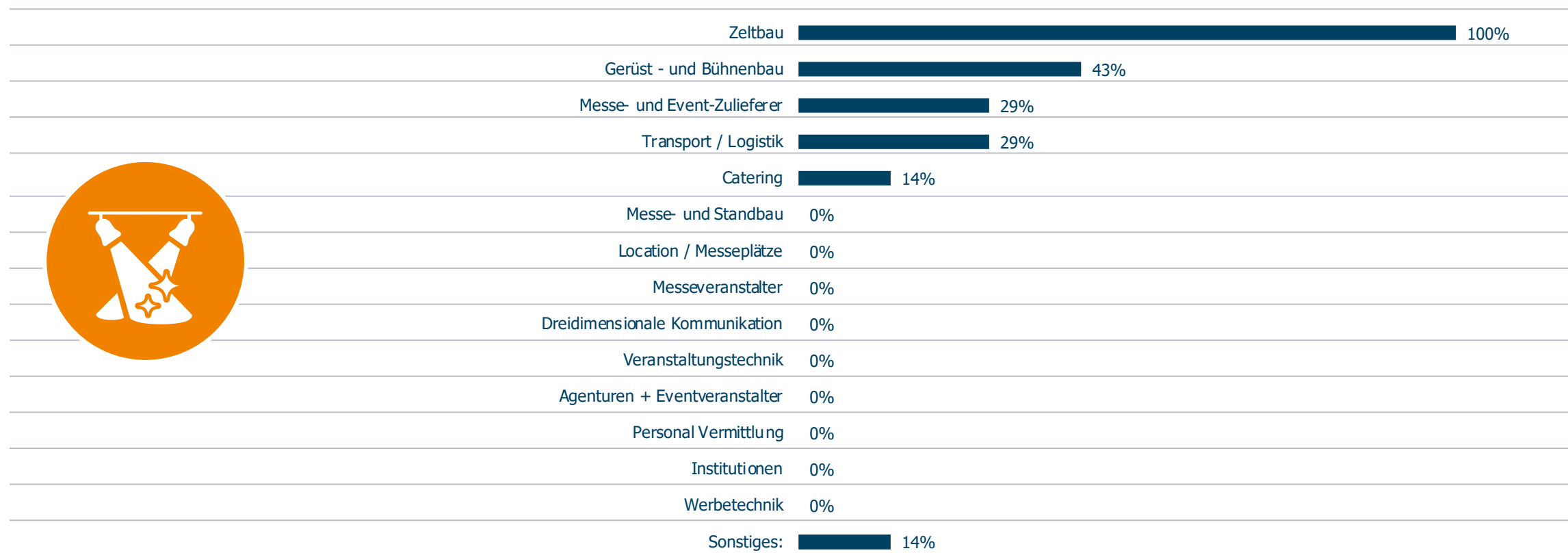
Δ 2022



Q2.1 Welche Dienstleistungen aus dem Bereich Event / Live-Kommunikation bietet Ihr Unternehmen an?  
 Basis: svtb n=84 | Mehrfachantworten möglich | Angaben in %

# Alle Mitglieder von TECTUM sind im Zeltbau tätig, wobei etwas weniger als die Hälfte auch im Gerüstbau und Bühnenbau aktiv ist.

## Dienstleistungen im Bereich Event / Live-Kommunikation TECTUM\*




Q2.1 Welche Dienstleistungen aus dem Bereich Event / Live-Kommunikation bietet Ihr Unternehmen an?  
 Basis: TECTUM n=7 | Mehrfachantworten möglich | Angaben in % \*sehr geringe Fallzahl

## Location / Messeplätze sind bei VSSA-Mitgliedern zu finden.

### Dienstleistungen im Bereich Event / Live-Kommunikation VSSA\*

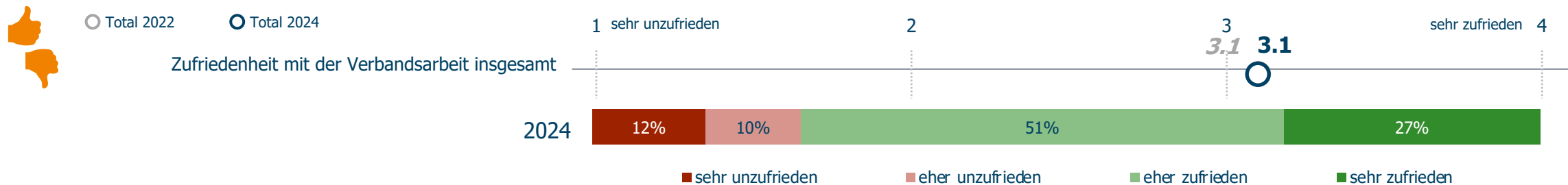
Δ 2022

	Location / Messeplätze	78%	+5%
	Catering	44%	-1%
	Veranstaltungstechnik	22%	+13%
	Messeveranstalter	11%	+11%
	Agenturen + Eventveranstalter	11%	-34%
	Messe- und Event-Zulieferer	11%	+11%
	Personal Vermittlung	11%	+11%
	Institutionen	11%	+11%
	Sonstiges:	11%	-7%
	Messe- und Standbau	0%	-
Gerüst - und Bühnenbau	0%	-	
Dreidimensionale Kommunikation	0%	-9%	
Zeltbau	0%	-	
Transport / Logistik	0%	-	
Werbetechnik	0%	-	

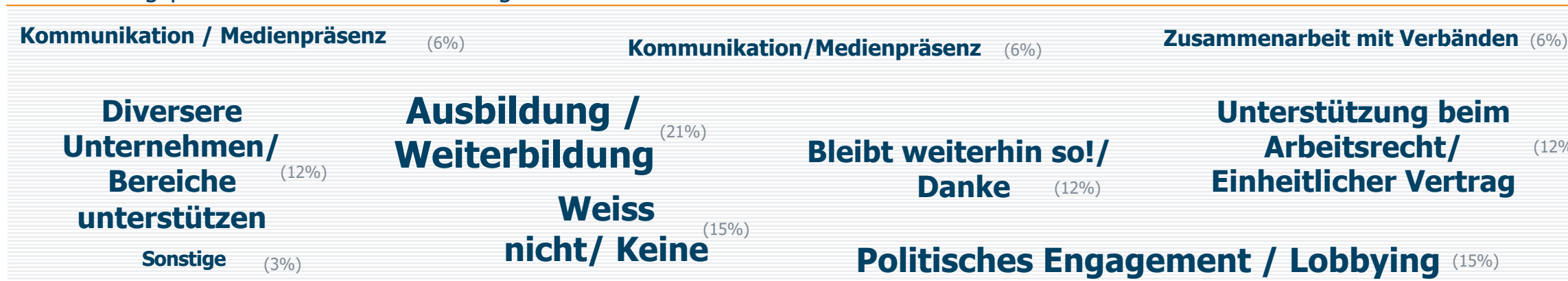
Q2.1 Welche Dienstleistungen aus dem Bereich Event / Live-Kommunikation bietet Ihr Unternehmen an?  
Basis: VSSA n=9 | Mehrfachantworten möglich | Angaben in % | \*sehr geringe Fallzahl

# Die Mitglieder zeigen sich zufrieden mit der Arbeit des Verbands, wobei der grösste Bedarf an Verbesserungen bei Aus- und Weiterbildungsangeboten besteht.

## Zufriedenheit mit der Verbandsarbeit insgesamt



## Verbesserungspotential für den Verband insgesamt

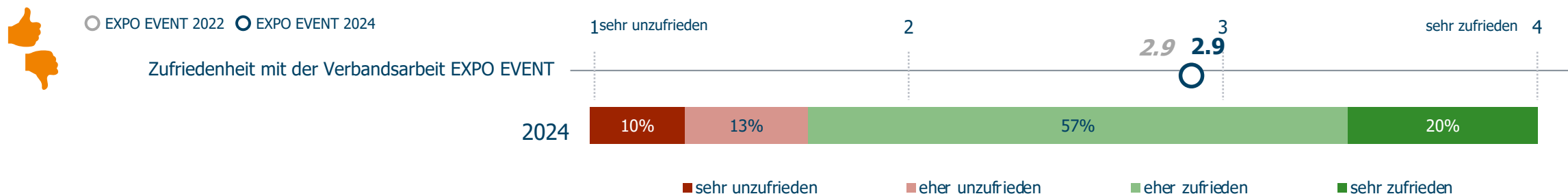


Q13.3 Wie zufrieden sind Sie ganz generell mit der Verbandsarbeit von [EXPO EVENT | svtb | TECTUM | VSSA] | Basis: Total N=73 | Skala von 1 = sehr unzufrieden bis 4 = sehr zufrieden | Angaben in %

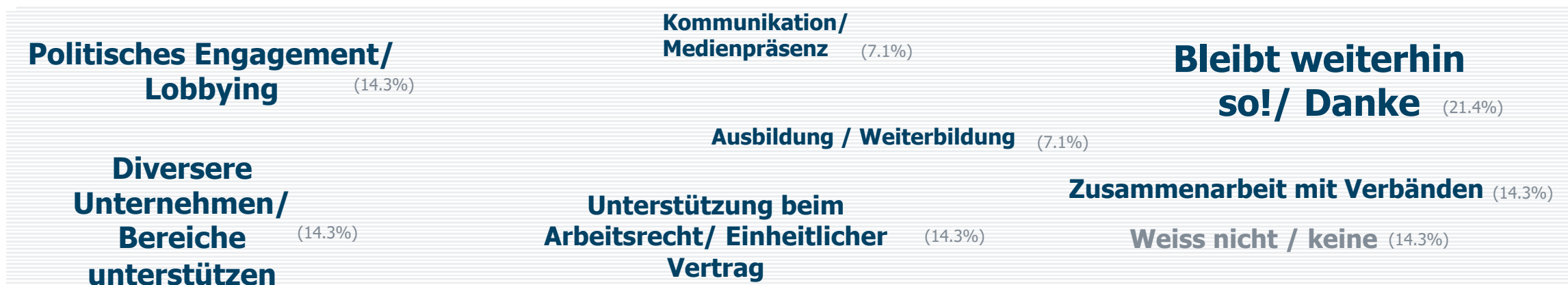
Q13.4 Wo sehen Sie Verbesserungspotential für den Verband [EXPO EVENT | svtb | TECTUM | VSSA]? | Basis: Total N=34 | Offene Frage

# Ein Fünftel der Mitglieder von EXPO EVENT sind sehr zufrieden mit der Verbandsarbeit.

## Zufriedenheit mit der Verbandsarbeit EXPO EVENT



## Verbesserungspotential für den Verband EXPO EVENT

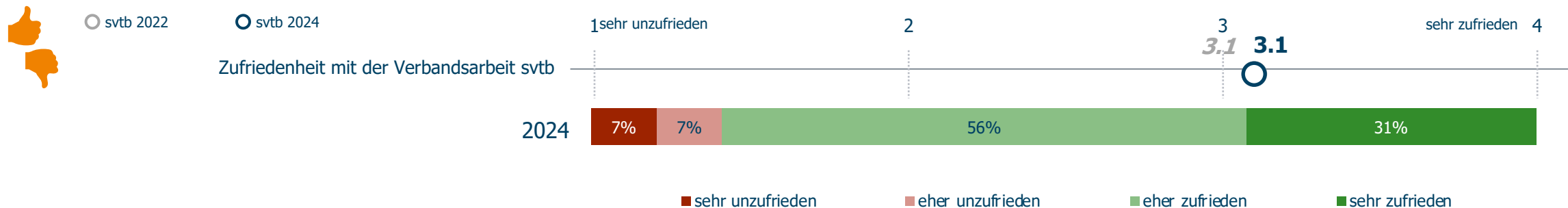


Q13.3 Wie zufrieden sind Sie ganz generell mit der Verbandsarbeit von EXPO EVENT? | Basis: Total N= 30 | Skala von 1 = sehr unzufrieden bis 4 = sehr zufrieden | Angaben in %

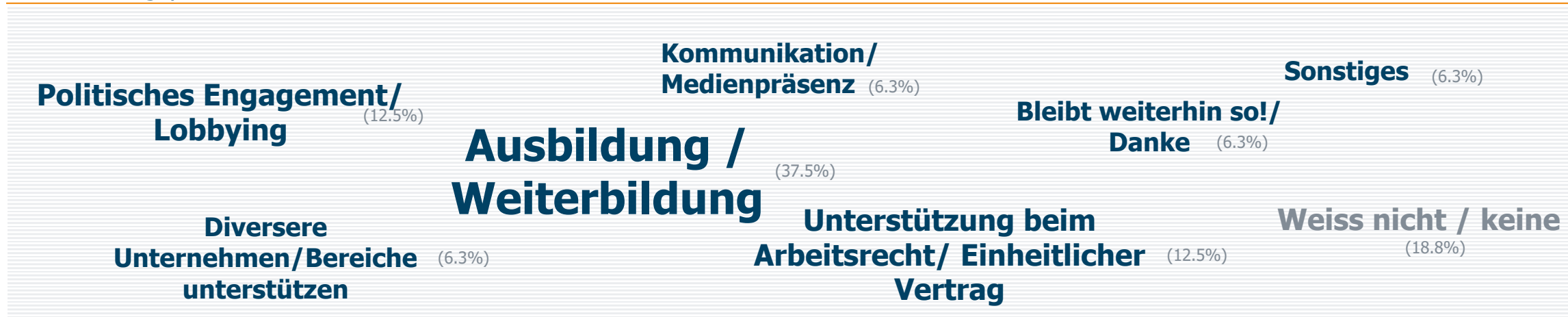
Q13.4 Wo sehen Sie Verbesserungspotential für den Verband EXPO EVENT ? | Basis: Total N= 14 | Offene Frage

# Ein Drittel der Mitglieder von svtb zeigt sich sehr zufrieden mit der Verbandsarbeit, während Verbesserungspotenzial bei Aus- und Weiterbildung identifiziert wird.

## Zufriedenheit mit der Verbandsarbeit svtb



## Verbesserungspotential für den Verband svtb

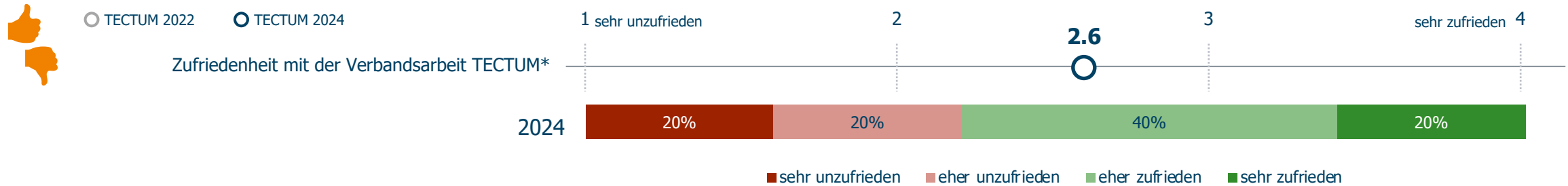


Q13.3 Wie zufrieden sind Sie ganz generell mit der Verbandsarbeit von svtb | Basis: Total N= 45 | Skala von 1 = sehr unzufrieden bis 4 = sehr zufrieden | Angaben in %

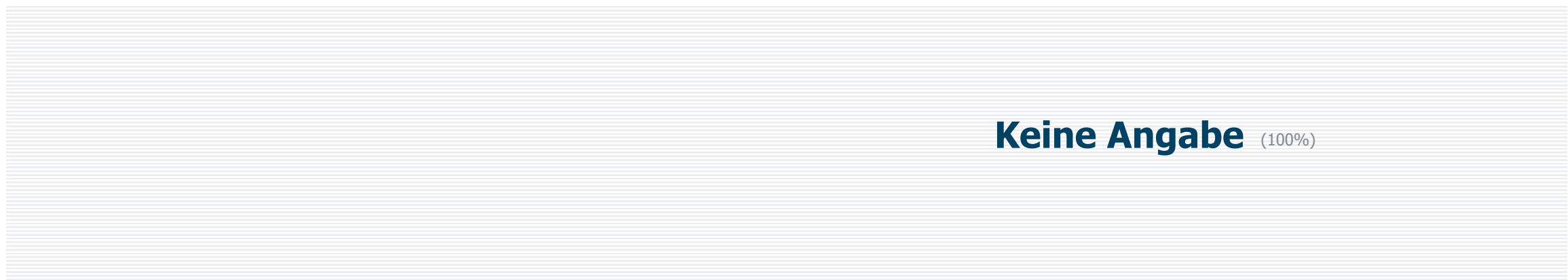
Q13.4 Wo sehen Sie Verbesserungspotenzial für den svtb? | Basis: Total N= 16 | Offene Frage

## Während die Mehrheit der Tectum-Mitglieder mit der Verbandsarbeit eher zufrieden ist, zeigt sich bei einem Fünftel der Mitglieder Unzufriedenheit.

### Zufriedenheit mit der Verbandsarbeit TECTUM\*



### Verbesserungspotential für den Verband TECTUM\*



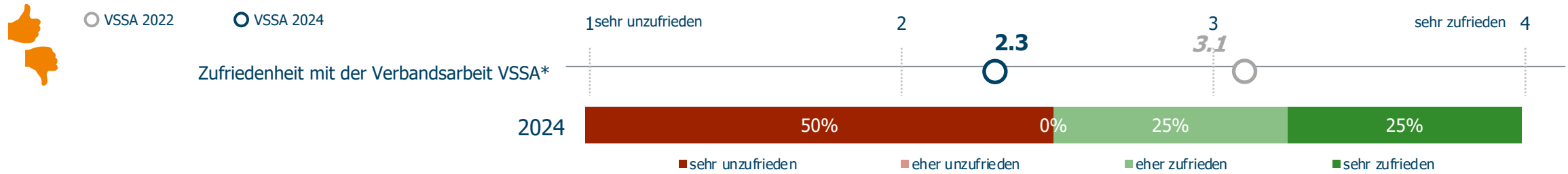
Q13.3 Wie zufrieden sind Sie ganz generell mit der Verbandsarbeit von TECTUM | Basis: Total N= 5 | Skala von 1 = sehr unzufrieden bis 4 = sehr zufrieden | Angaben in % | \*sehr geringe Fallzahl

Q13.4 Wo sehen Sie Verbesserungspotential für den Verband TECTUM? | Basis: Total N= 1 | Offene Frage | \*sehr geringe Fallzahl



# VSSA Unternehmen wünschen sich ein verstärktes politisches Engagement ihres Verbands.

## Zufriedenheit mit der Verbandsarbeit VSSA\*



## Verbesserungspotential für den Verband VSSA\*

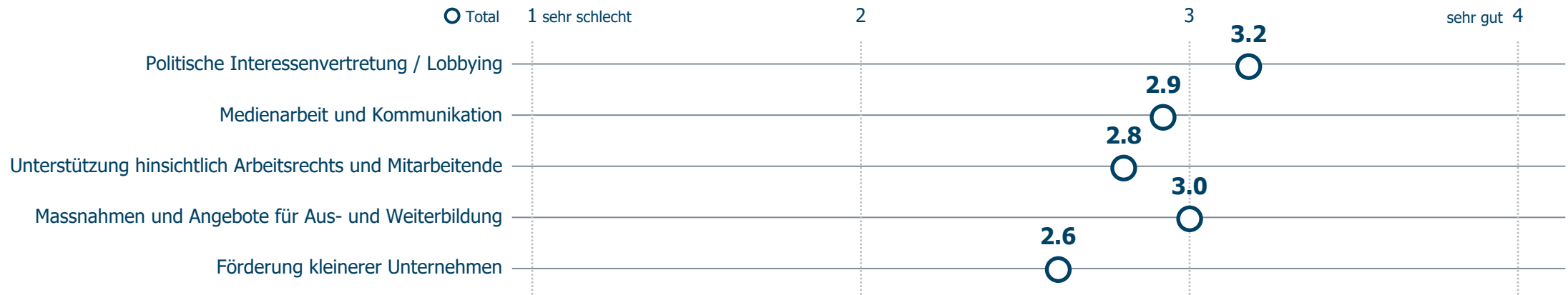
**Politisches Engagement / Lobbying** (100%)

Q13.3 Wie zufrieden sind Sie ganz generell mit der Verbandsarbeit von VSSA | Basis: Total N=4 | Skala von 1 = sehr unzufrieden bis 4 = sehr zufrieden | Angaben in % | \*sehr geringe Fallzahl

Q13.4 Wo sehen Sie Verbesserungspotential für den Verband VSSA? | Basis: Total N=1 | Offene Frage | \*sehr geringe Fallzahl

## Insgesamt sind die Mitglieder am zufriedensten mit dem Lobbying und am wenigsten zufrieden mit der Förderung kleiner Unternehmen.

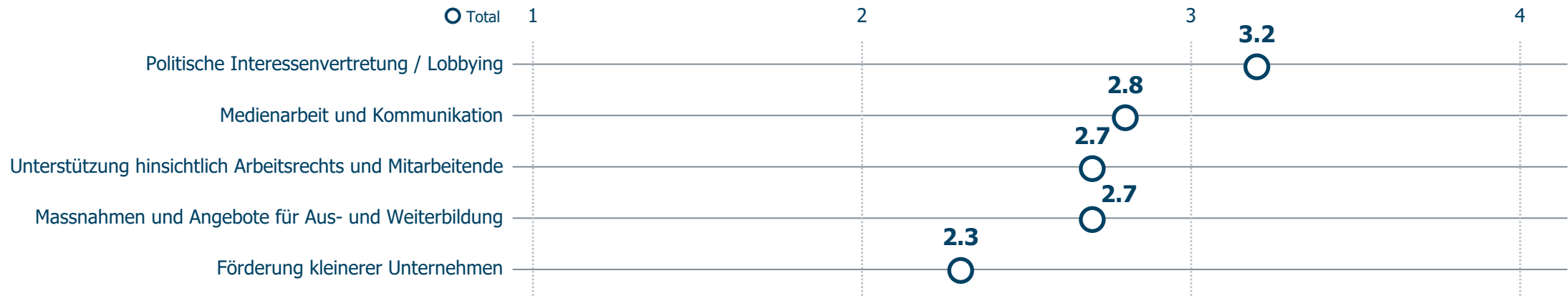
### Wahrnehmung folgender Aufgaben der Verbände insgesamt



Q13.2 Wie hat der Verband [EXPO Event | svtb | TECTUM | VSSA] seine Aufgaben in den letzten zwei Jahren in Bezug auf die folgenden Kriterien wahrgenommen? | Basis: Total N=121 | Skala von 1 = sehr schlecht bis 4 = sehr gut | Angaben in %

## Auch bei den Mitgliedern von EXPO EVENT ist die Zufriedenheit mit dem Lobbying am höchsten. Kleine Unternehmen werden im Vergleich unzufriedenstellend gefördert.

### Wahrnehmung folgender Aufgaben der Verbände insgesamt

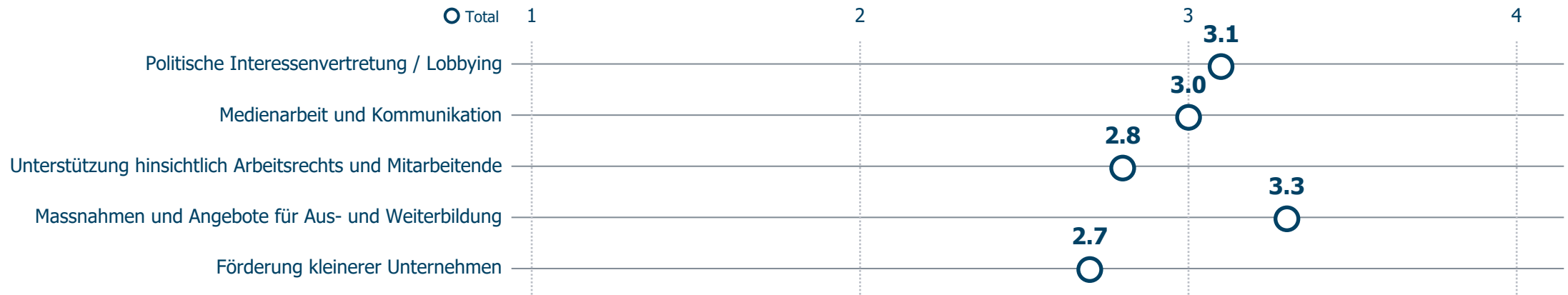


Q13.2 Wie hat der Verband [EXPO Event | svtb | TECTUM | VSSA] seine Aufgaben in den letzten zwei Jahren in Bezug auf die folgenden Kriterien wahrgenommen? | Basis: Total N=30 | Skala von 1 = sehr schlecht bis 4 = sehr gut | Angaben in %



# Mit der Ausbildung ist svtb im Vergleich zu anderen Verbänden am zufriedensten.

## Wahrnehmung folgender Aufgaben der Verbände insgesamt

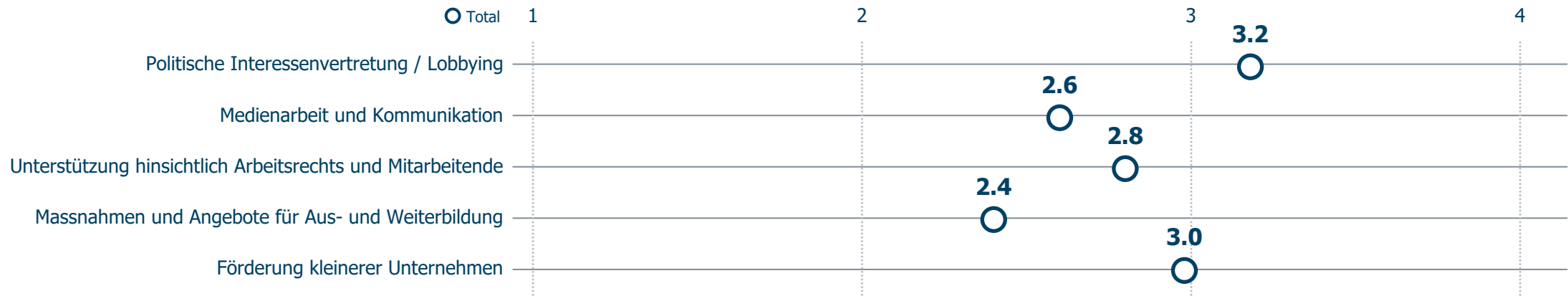


Q13.2 Wie hat der Verband [EXPO Event | svtb | TECTUM | VSSA] seine Aufgaben in den letzten zwei Jahren in Bezug auf die folgenden Kriterien wahrgenommen? | Basis: Total N=43 | Skala von 1 = sehr schlecht bis 4 = sehr gut | Angaben in %



# Am unzufriedensten sind die Mitglieder von Tectum mit der Medienarbeit und dem Angebot für Weiterbildung.

## Wahrnehmung folgender Aufgaben der TECTUM

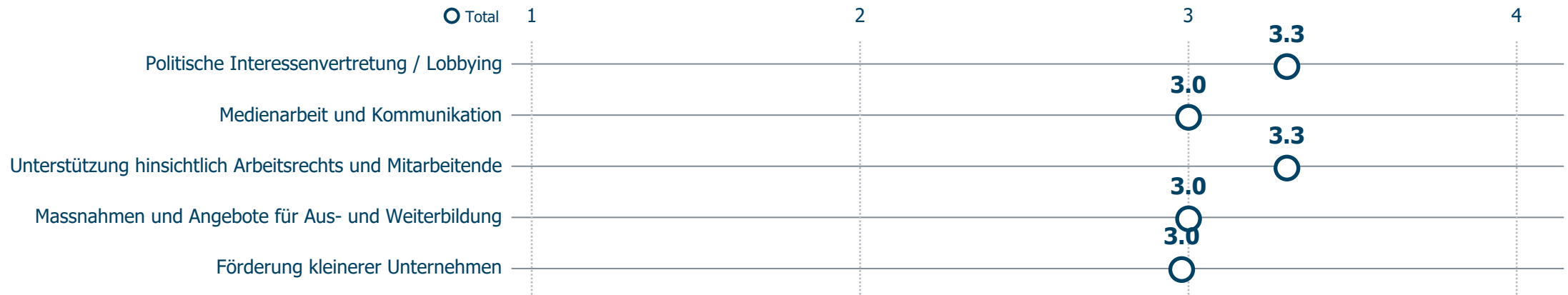


Q13.2 Wie hat der Verband [EXPO Event | svtb | TECTUM | VSSA] seine Aufgaben in den letzten zwei Jahren in Bezug auf die folgenden Kriterien wahrgenommen? | Basis: Total N=5 | Skala von 1 = sehr schlecht bis 4 = sehr gut | Angaben in % | \*sehr geringe Fallzahl



# Die Medienarbeit des VSSA wird von den Mitgliedern positiv wahrgenommen, während das Ausbildungsangebot vergleichsweise weniger Zuspruch findet.

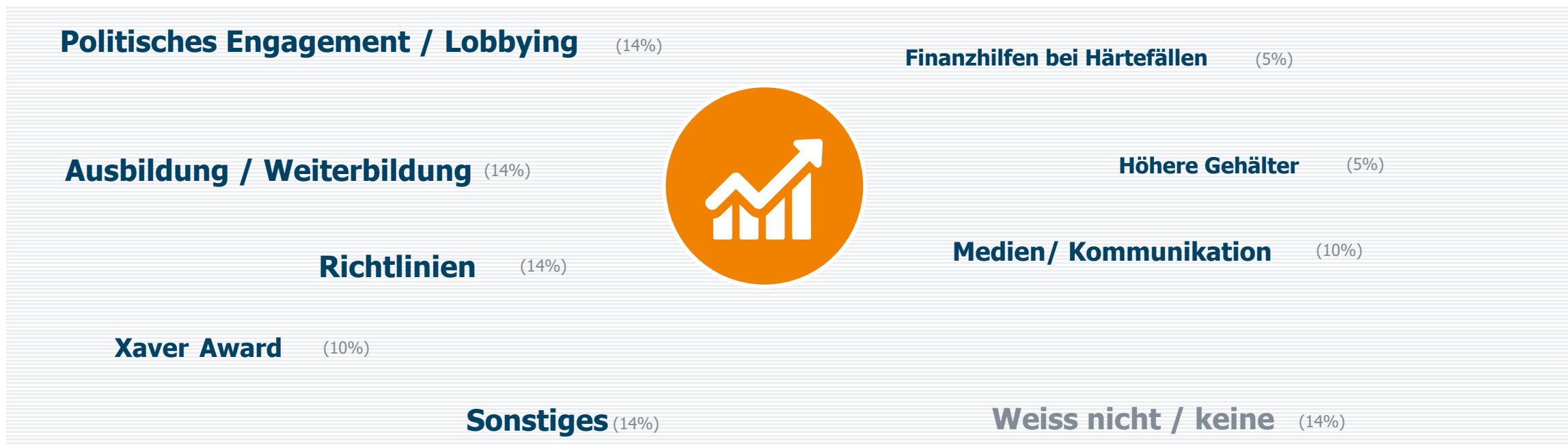
## Wahrnehmung folgender Aufgaben VSSA



Q13.2 Wie hat der Verband [EXPO Event | svtb | TECTUM | VSSA] seine Aufgaben in den letzten zwei Jahren in Bezug auf die folgenden Kriterien wahrgenommen? | Basis: Total N=4 | Skala von 1 = sehr schlecht bis 4 = sehr gut | Angaben in % | \*sehr geringe Fallzahl

## Politisches Engagement, Weiterbildungen sowie die Weiterentwicklung von Richtlinien sind wesentliche Massnahmen, die als wichtig erachtet werden.

Massnahmen der Verbände, damit das Vertrauen und die Event / Live-Kommunikationsbranche noch mehr Fahrt aufnimmt



Q13.5 Welche Massnahmen kann der Verband [EXPO EVENT | svtb | TECTUM | VSSA] weiter fordern, damit das Vertrauen und die Event / Live-Kommunikationsbranche noch mehr Fahrt aufnimmt?  
Basis: Total N=62 | Offene Frage

# INHALTSVERZEICHNIS

Management Summary

Methodischer Steckbrief und Verbandsstruktur

Dienstleistungen der Branche und Verbandsarbeit

➤ **Human Resources**

Budget

Internationalisierung

Formate und Technologie

Teilnahme an Ausschreibungen

Nachhaltigkeit

Herausforderungen und Massnahmen





## Der Personalbestand hat bei fast der Hälfte der Unternehmen zugenommen, die Tendenz ist steigend, jedoch sind viele über den Mangel an Fachkräften besorgt .

- Die **Mitarbeiterstruktur der Gesamtbranche** ist geprägt durch ein überproportionales Verhältnis von Teilzeit-mitarbeitenden. Im Vergleich zu 2022 ist sowohl die Anzahl der Mitarbeitenden als auch die äquivalenten Vollzeitkräfte gestiegen. Gemessen an der Anzahl an äquivalenten Vollzeitkräften, sind fast 90% der Mitglieder Mikro- und Kleinunternehmen.
- Ein genauer Blick in die einzelnen Verbände zeigt eine spezifische und diversifizierte Struktur der Mitglieder-unternehmen. Während sich bei **EXPO EVENT** Mikro- und Kleinunternehmen in der Waage halten, ist bei den anderen Verbänden ein Polarisierungseffekt festzustellen: bei **svtb** dominieren Mikrounternehmen, bei **TECTUM** und **VSSA** sind die Kleinunternehmen in der Überzahl.
- Die letzten zwei Jahre gehen mit einer verstärkten **Dynamik im Personalbestand aller Unternehmen** einher. Der Personalbestand in den letzten zwei Jahren ist bei fast der Hälfte der Unternehmen gestiegen. Lediglich 12% haben einen Rückgang vermerkt.
- Der Blick in die nahe Zukunft ist für die Hälfte der Unternehmen von Zuversicht geprägt sie rechnen weiterhin mit einem Zuwachs an Mitarbeitenden in den nächsten zwei Jahren. **EXPO EVENT** Mitglieder sind noch optimistischer: fast zwei Drittel sind überzeugt, in den nächsten zwei Jahren neue Mitarbeitende einstellen zu können.
- Der zuversichtliche Ausblick bestätigt sich durch den zukünftig höheren **Bedarf an Freelancern**. Auch wenn der Bedarf im Vergleich zu 2022 etwas nachgelassen hat, sind es 46% der Unternehmen, die einen höheren Bedarf einschätzen. Diese sind jetzt schon in nahezu jedem Unternehmen fest eingeplant und allein bei **EXPO EVENT** sind über 60% der Mitglieder überzeugt, in Zukunft einen höheren Bedarf an Freelancern zu haben. Die Situation ist für **svtb** Mitglieder eine ähnliche, auch wenn hier weniger Freelancer in Zukunft erwartet werden.

## Es besteht nach wie vor ein grosses Bedürfnis nach Weiterbildungsmöglichkeiten. Auswirkungen der «GoBackstage» Initiative wird von rund einem Viertel bemerkt.

- **Ausbildungs- und Praktikumsplätze** sind ein fester Bestandteil der HR-Strategie in den meisten Unternehmen. So geben 80% aller Befragten an, generell Angebote für Praktikanten oder für Lernende zu haben. Die Anzahl der Unternehmen, die gegenwärtig keine Ausbildungsplätze haben, hat um über 10% abgenommen.
- Das Allgemeinbild ist in jedem Verband ein leicht anderes. Bei **EXPO EVENT** ist die Anzahl der Mitglieder, die generell weder Ausbildungs- noch Praktikumsplätze anbietet, überdurchschnittlich zugenommen. Lernende werden hier in 27% der Unternehmen ausgebildet, überwiegend als Veranstaltungsfachmann/frau. Dieser Berufswunsch erfreut sich vor allem bei EXPO EVENT Unternehmen starker Beliebtheit.
- Veranstaltungsfachmann/frau ist eine typische Ausbildung in einem **svtb** Unternehmen – über 90% aller Lernenden werden in diesem Beruf ausgebildet.
- In der gesamten Branche herrscht überwiegend die Meinung, dass das **Angebot an Weiterbildungsmöglichkeiten** verbessert werden sollte. Etwa ein Viertel der Befragten bemerkt Auswirkungen durch die «**GoBackstage**» Initiative.
- Mitglieder von **EXPO EVENT, TECTUM** aber auch **VSSA** finden das Angebot sogar ungenügend.
- Hingegen ist rund die Hälfte der Mitglieder von **svbt** mit dem Weiterbildungsangebot zufrieden. Gut ein Drittel hat den Einfluss von der «GoBackstage» initiative bemerkt.

# Viele Mitarbeitende arbeiten im Teilzeitpensum. Im Vergleich zu 2022 ist sowohl die Anzahl der Mitarbeitenden als auch die äquivalenten Vollzeitkräfte gestiegen.

## Anzahl Mitarbeiterinnen / Mitarbeiter im Unternehmen



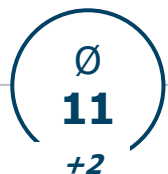
Δ 2022

Bis 9 MA 46% -6%

10 - 49 MA 38% +5%

50 - 249 MA 12% +2%

mehr als 250 MA 4% -2%



## Anzahl Vollzeitbeschäftigte im Unternehmen



Δ 2022

Bis 9 MA 57% -3%

10 - 49 MA 32% +1%

50 - 249 MA 10% +2%

mehr als 250 MA 2% -



■ Nein, es gibt keine Tendenz zu Teilzeitpensen ■ Ja, es gibt eine Tendenz zu Teilzeitpensen

Q3.1 Wie viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind gesamthaft in Ihrem Unternehmen angestellt – OHNE Freelancerinnen / Freelancer? | Basis: Total N=124 | Offene, numerische Frage | Angaben in %; Median

Q3.2 Dies entspricht wie vielen Vollzeitbeschäftigten im Bereich Event / Live-Kommunikation? Basis: Total N=123 | Offene, numerische Frage | Angaben in %; Median

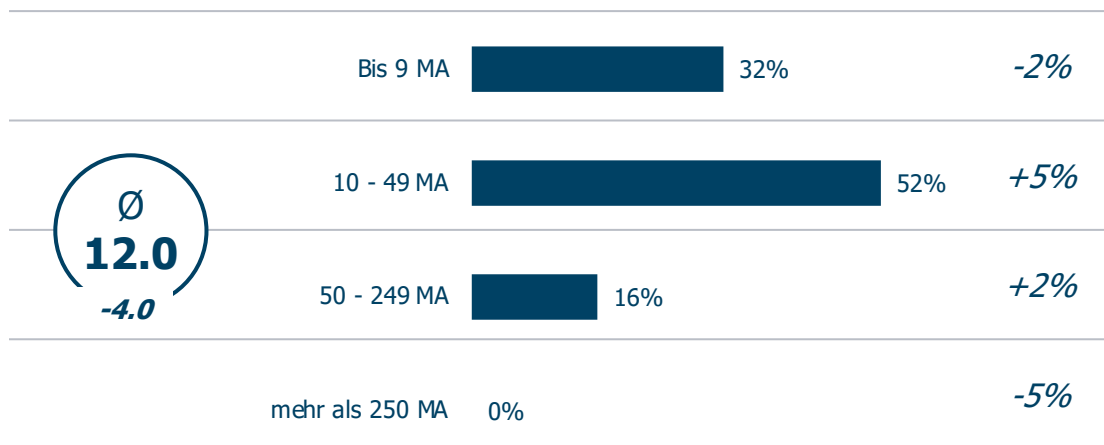
Q3.2.1 Gibt es in Ihrem Unternehmen eine Tendenz zu Teilzeit- statt Vollzeitpensen? | Basis: Total N=123 | Angaben in %

# Insgesamt verzeichnet sich bei EXPO EVENT einen leichten Rückgang in der Anzahl Mitarbeitende sowie Vollzeitbeschäftigte.

## Anzahl Mitarbeiterinnen / Mitarbeiter im Unternehmen



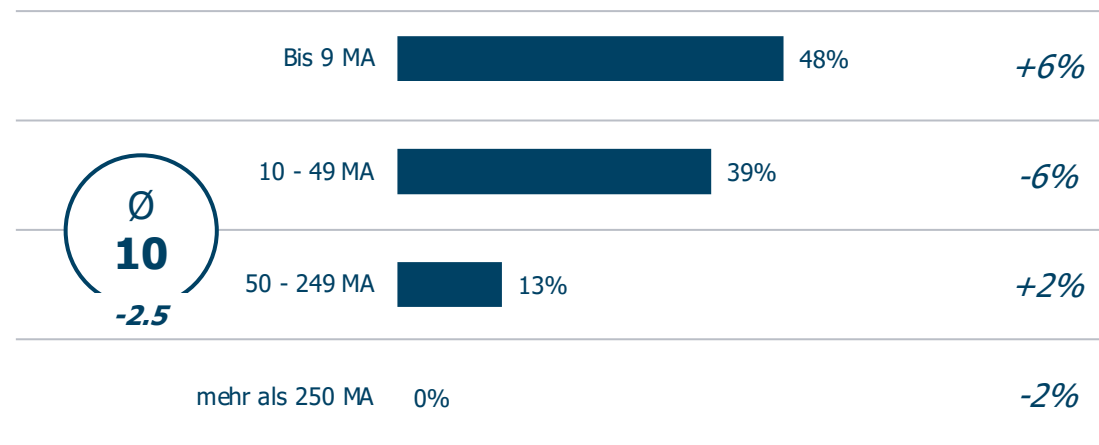
Δ 2022



## Anzahl Vollzeitbeschäftigte im Unternehmen



Δ 2022



Q3.1 Wie viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind gesamthaft in Ihrem Unternehmen angestellt – OHNE Freelancerinnen / Freelancer? | Basis: Total N=31 | Offene, numerische Frage | Angaben in %; Median

Q3.2 Dies entspricht wie vielen Vollzeitbeschäftigten im Bereich Event / Live-Kommunikation? | Basis: Total N=31 | Offene, numerische Frage | Angaben in %; Median

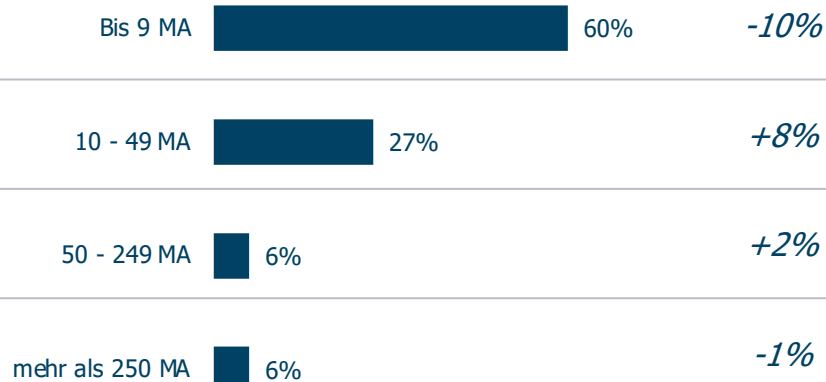


# Der grösste Teil der svtb Mitglieder sind Mikrounternehmen und beschäftigen im Schnitt zwei Mitarbeitende mehr als noch vor zwei Jahren.

## Anzahl Mitarbeiterinnen / Mitarbeiter im Unternehmen



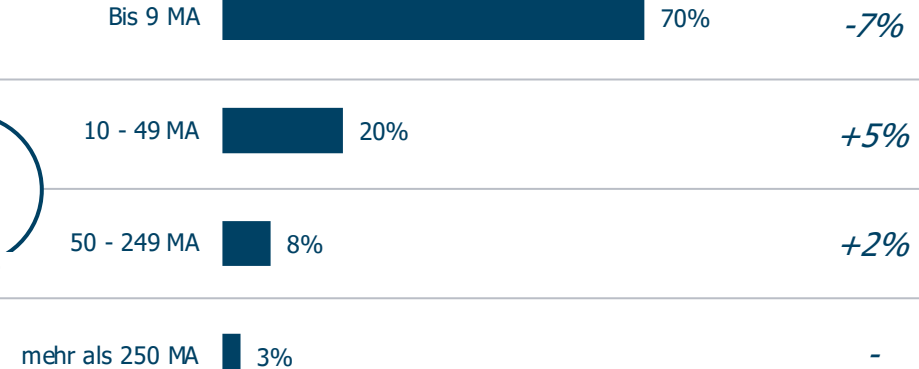
Δ 2022



## Anzahl Vollzeitbeschäftigte im Unternehmen



Δ 2022



Q3.1 Wie viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind gesamthaft in Ihrem Unternehmen angestellt – OHNE Freelancerinnen / Freelancer? | Basis: Total N= 77 | Offene, numerische Frage | Angaben in %; Median

Q3.2 Dies entspricht wie vielen Vollzeitbeschäftigten im Bereich Event / Live-Kommunikation? | Basis: Total N= 76 | Offene, numerische Frage | Angaben in %; Median

# Bei Tectum sind vor allem Unternehmen mit durchschnittlich 22 Mitarbeitenden und respektive 16 Vollzeitbeschäftigte.

## Anzahl Mitarbeiterinnen / Mitarbeiter im Unternehmen



Bis 9 MA 0%



10 - 49 MA 86%

50 - 249 MA 14%

mehr als 250 MA 0%

## Anzahl Vollzeitbeschäftigte im Unternehmen



Bis 9 MA 0%



10 - 49 MA 86%

50 - 249 MA 14%

mehr als 250 MA 0%



Q3.1 Wie viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind gesamthaft in Ihrem Unternehmen angestellt – OHNE Freelancerinnen / Freelancer? | Basis: Total N= 7 | Offene, numerische Frage | Angaben in %; Median \*geringe Fallzahl

Q3.2 Dies entspricht wie vielen Vollzeitbeschäftigten im Bereich Event / Live-Kommunikation? | Basis: Total N= 7 | Offene, numerische Frage | Angaben in %; Median \*geringe Fallzahl

# Die Anzahl an Mitarbeitenden ist bei den Mitgliedern von VSSA gestiegen.

## Anzahl Mitarbeiterinnen / Mitarbeiter im Unternehmen



Δ 2022

Bis 9 MA 11% *+11%*

10 - 49 MA 44% *-16%*

50 - 249 MA 44% *+14%*

mehr als 250 MA 0% *-10%*



## Anzahl Vollzeitbeschäftigte im Unternehmen



Δ 2022

Bis 9 MA 22% *-8%*

10 - 49 MA 67% *-3%*

50 - 249 MA 11% *+11%*

mehr als 250 MA 0% *-*



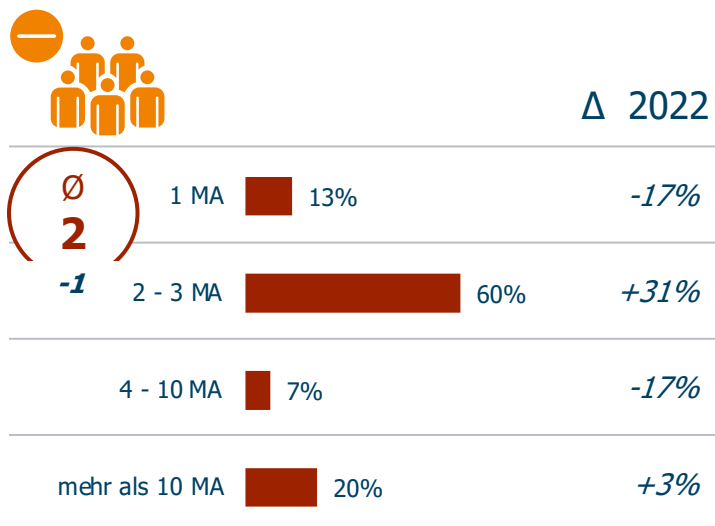
■ Nein, es gibt keine Tendenz zu Teilzeitpensen ■ Ja, es gibt eine Tendenz zu Teilzeitpensen

Q3.1 Wie viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind gesamthaft in Ihrem Unternehmen angestellt – OHNE Freelancerinnen / Freelancer? | Basis: Total N=9 | Offene, numerische Frage | Angaben in %; Median \*geringe Fallzahl

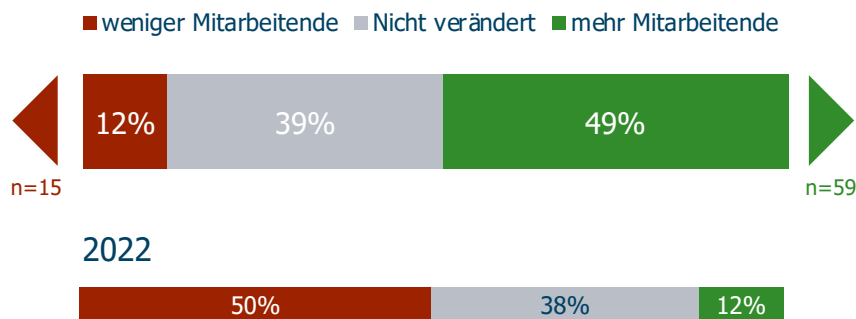
Q3.2 Dies entspricht wie vielen Vollzeitbeschäftigten im Bereich Event / Live-Kommunikation? | Basis: Total N= 9 | Offene, numerische Frage | Angaben in %; Median \*geringe Fallzahl

# Der Personalbestand in den letzten zwei Jahren ist bei fast der Hälfte der Unternehmen gestiegen. Lediglich 12% haben einen Rückgang vermerkt.

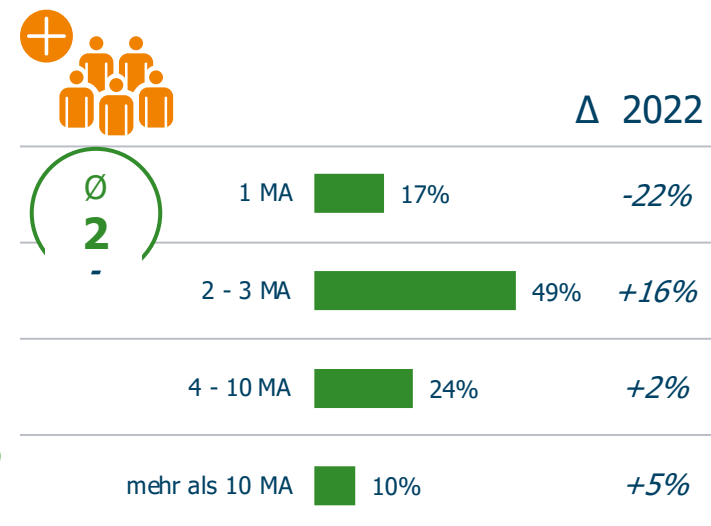
## Rückgang Mitarbeitende (letzte 2 Jahre)



## Veränderung Anzahl Mitarbeitende in den letzten zwei Jahren



## Zuwachs Mitarbeitende (letzte 2 Jahre)



Q3.3.1 Geben Sie die Anzahl Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Bereich Event / Live-Kommunikation an, die in den vergangenen 2 Jahren weggefallen sind | Basis: Befragte, die in den vergangenen zwei Jahren weniger Mitarbeitende beschäftigt haben | Offene, numerische Frage | Angaben in %; Median

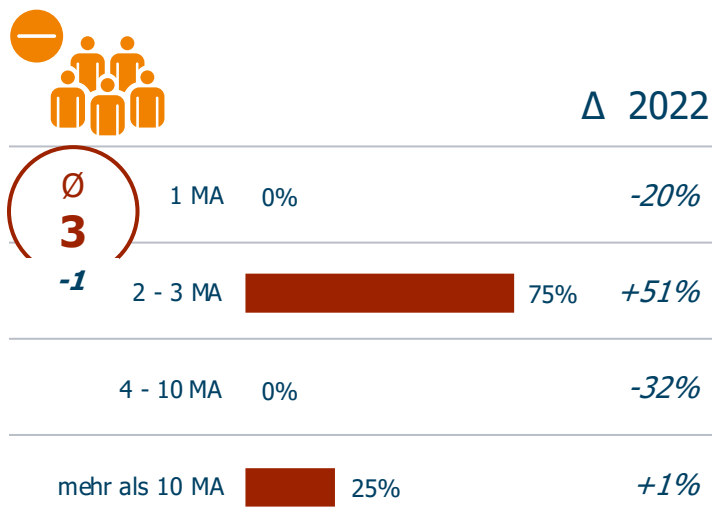
Q3.3 Wie hat sich die Anzahl Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Bereich Event / Live-Kommunikation in Ihrer Unternehmung in den vergangenen 2 Jahren verändert? | Basis: Total N=122 | Angaben in %

Q3.3.2 Geben Sie die Anzahl Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Bereich Event / Live-Kommunikation an, die in den vergangenen 2 Jahren dazugekommen sind | Basis: Befragte, die in den vergangenen zwei Jahren mehr Mitarbeitende beschäftigt haben | Offene, numerische Frage | Angaben in %; Median

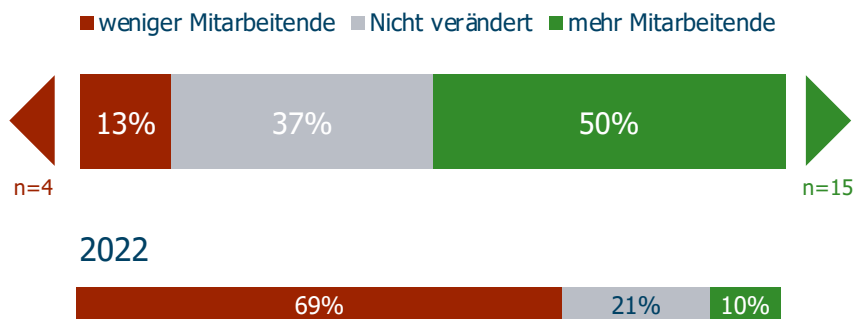


# Die Hälfte der EXPO EVENT Mitglieder hat in den letzten zwei Jahren mehr Mitarbeitende angestellt. In 2022 waren es gerade mal 10%.

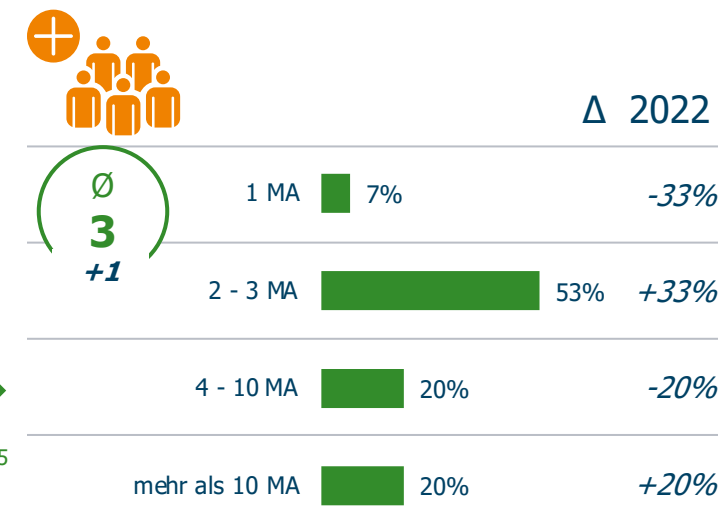
## Rückgang Mitarbeitende (letzte 2 Jahre)



## Veränderung Anzahl Mitarbeitende in den letzten zwei Jahren



## Zuwachs Mitarbeitende (letzte 2 Jahre)



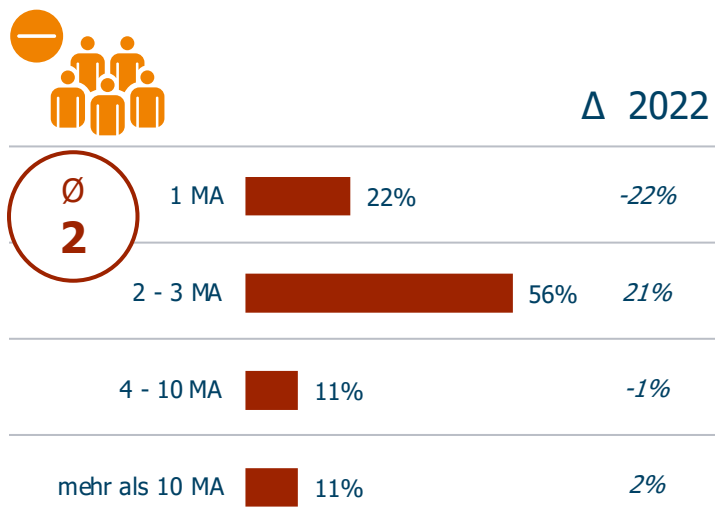
Q3.3.1 Geben Sie die Anzahl Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Bereich Event / Live-Kommunikation an, die in den vergangenen 2 Jahren weggefallen sind | Basis: Befragte, die in den vergangenen zwei Jahren weniger Mitarbeitende beschäftigten | Offene, numerische Frage | Angaben in %; Median

Q3.3 Wie hat sich die Anzahl Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Bereich Event / Live-Kommunikation in Ihrer Unternehmung in den vergangenen 2 Jahren verändert? | Basis: Total N= 30 | Angaben in %

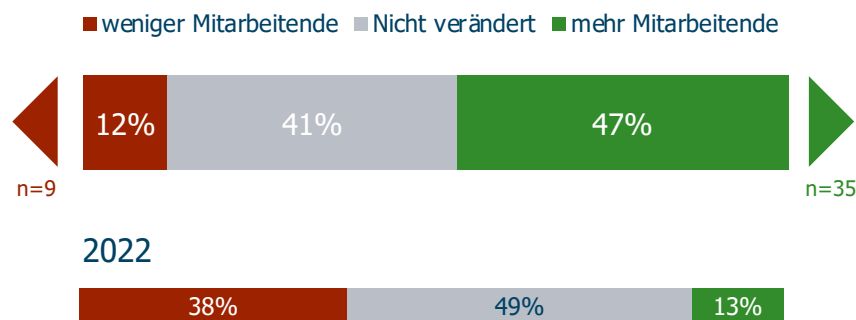
Q3.3.2 Geben Sie die Anzahl Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Bereich Event / Live-Kommunikation an, die in den vergangenen 2 Jahren dazugekommen sind | Basis: Befragte, die in den vergangenen zwei Jahren mehr Mitarbeitende beschäftigten | Offene, numerische Frage | Angaben in %; Median

# Bei etwas weniger als der Hälfte der svtb Mitglieder ist die Anzahl der Mitarbeitenden gestiegen.

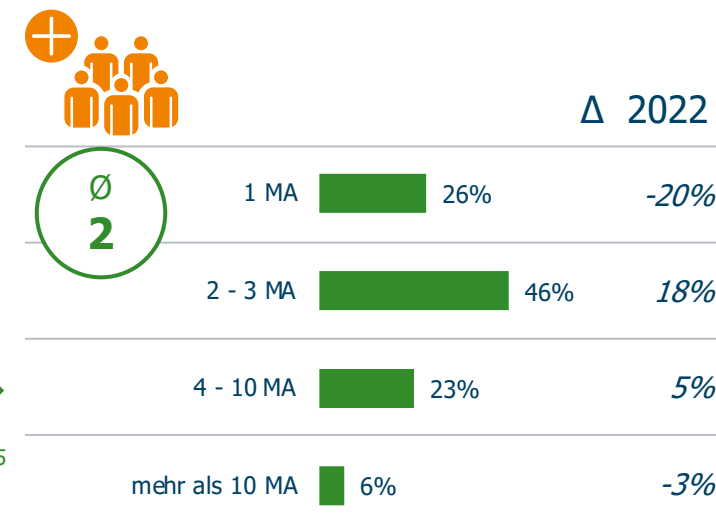
## Rückgang Mitarbeitende



## Veränderung Anzahl Mitarbeitende



## Zuwachs Mitarbeitende



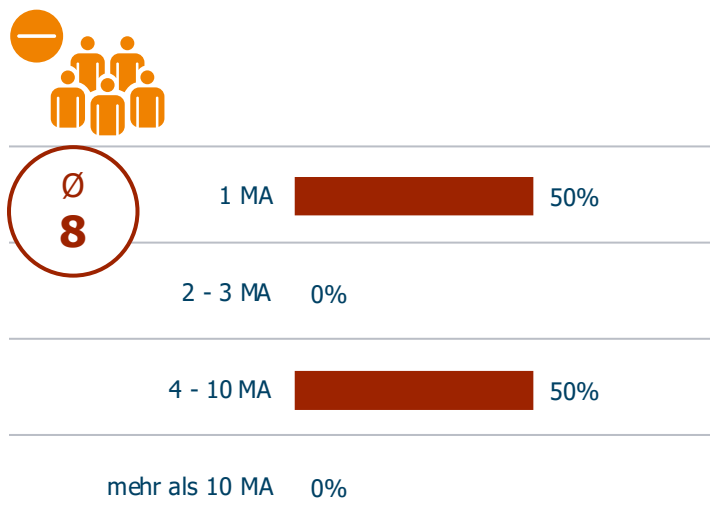
Q3.3.1 Geben Sie die Anzahl Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Bereich Event / Live-Kommunikation an, die in den vergangenen 2 Jahren weggefallen sind | Basis: Befragte, die in den vergangenen zwei Jahren weniger Mitarbeitende beschäftigten | Offene, numerische Frage | Angaben in %; Median

Q3.3 Wie hat sich die Anzahl Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Bereich Event / Live-Kommunikation in Ihrer Unternehmung in den vergangenen 2 Jahren verändert? | Basis: Total N= 76| Angaben in %

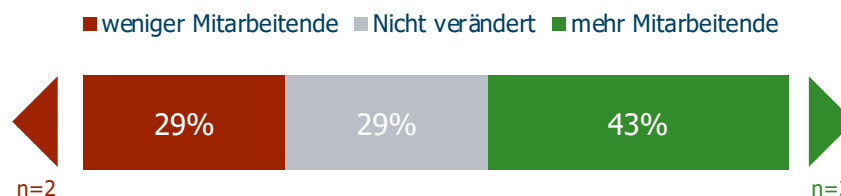
Q3.3.2 Geben Sie die Anzahl Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Bereich Event / Live-Kommunikation an, die in den vergangenen 2 Jahren dazugekommen sind | Basis: Befragte, die in den vergangenen zwei Jahren mehr Mitarbeitende beschäftigten | Offene, numerische Frage | Angaben in %; Median

# Den grössten Anteil an Mitarbeiterrückgang zeigt sich bei TECTUM. Durchschnittlich sind es acht Mitarbeiter.

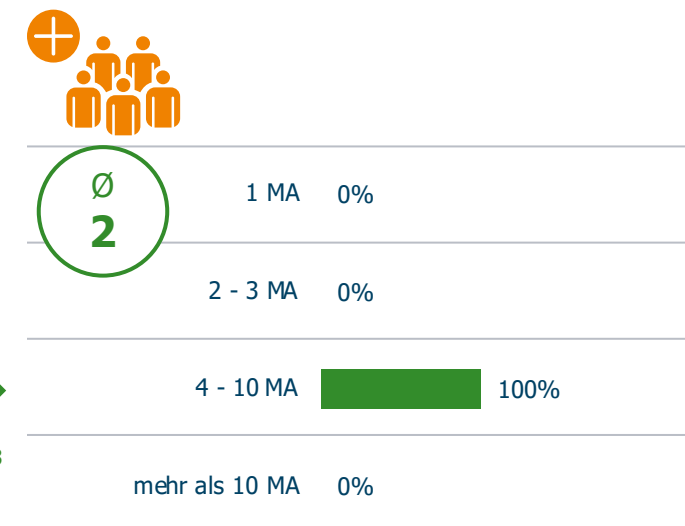
## Rückgang Mitarbeitende



## Veränderung Anzahl Mitarbeitende



## Zuwachs Mitarbeitende



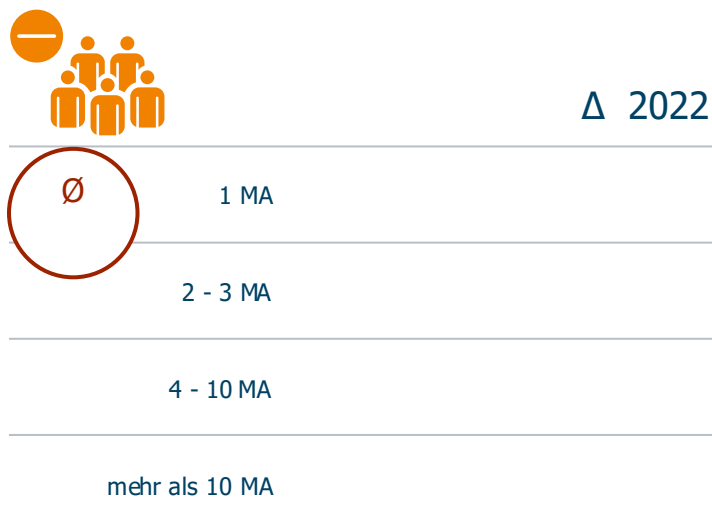
Q3.3.1 Geben Sie die Anzahl Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Bereich Event / Live-Kommunikation an, die in den vergangenen 2 Jahren weggefallen sind | Basis: Befragte, die in den vergangenen zwei Jahren weniger Mitarbeitende beschäftigten | Offene, numerische Frage | Angaben in %; Median | \*geringe Fallzahl

Q3.3 Wie hat sich die Anzahl Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Bereich Event / Live-Kommunikation in Ihrer Unternehmung in den vergangenen 2 Jahren verändert? | Basis: Total N=7 | Angaben in % \*geringe Fallzahl

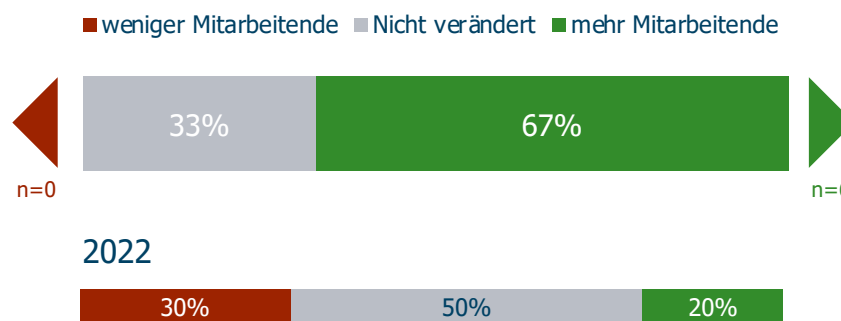
Q3.3.2 Geben Sie die Anzahl Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Bereich Event / Live-Kommunikation an, die in den vergangenen 2 Jahren dazugekommen sind | Basis: Befragte, die in den vergangenen zwei Jahren mehr Mitarbeitende beschäftigten | Offene, numerische Frage | Angaben in %; Median | \*geringe Fallzahl

# Keine der Befragten Mitgliedern von VSSA haben einen Rückgang an Mitarbeitenden verzeichnet und rund zwei Drittel geben an einen Zuwachs an.

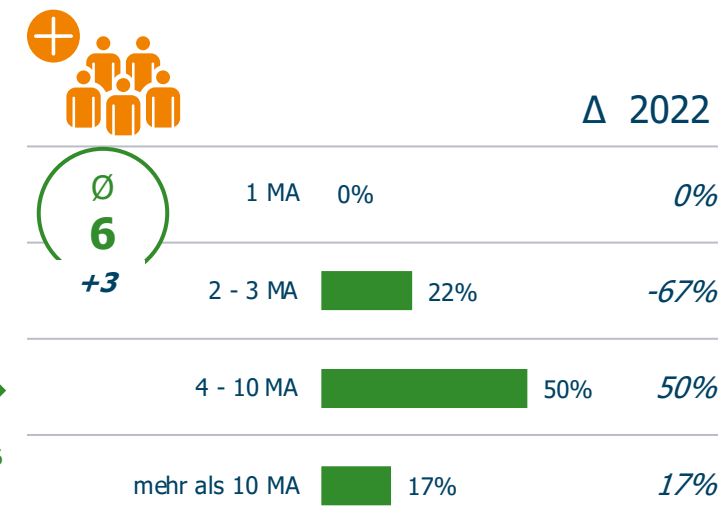
## Rückgang Mitarbeitende



## Veränderung Anzahl Mitarbeitende



## Zuwachs Mitarbeitende



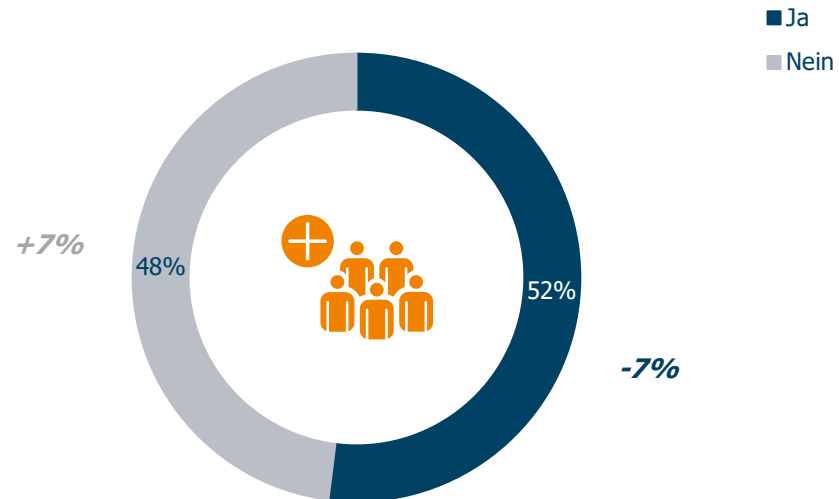
Q3.3.1 Geben Sie die Anzahl Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Bereich Event / Live-Kommunikation an, die in den vergangenen 2 Jahren weggefallen sind | Basis: Befragte, die in den vergangenen zwei Jahren weniger Mitarbeitende beschäftigt haben | Offene, numerische Frage | Angaben in %; Median | \*geringe Fallzahl

Q3.3 Wie hat sich die Anzahl Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Bereich Event / Live-Kommunikation in Ihrer Unternehmung in den vergangenen 2 Jahren verändert? | Basis: Total N=9 | Angaben in % \*geringe Fallzahl

Q3.3.2 Geben Sie die Anzahl Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Bereich Event / Live-Kommunikation an, die in den vergangenen 2 Jahren dazugekommen sind | Basis: Befragte, die in den vergangenen zwei Jahren mehr Mitarbeitende beschäftigt haben | Offene, numerische Frage | Angaben in %; Median | \*geringe Fallzahl

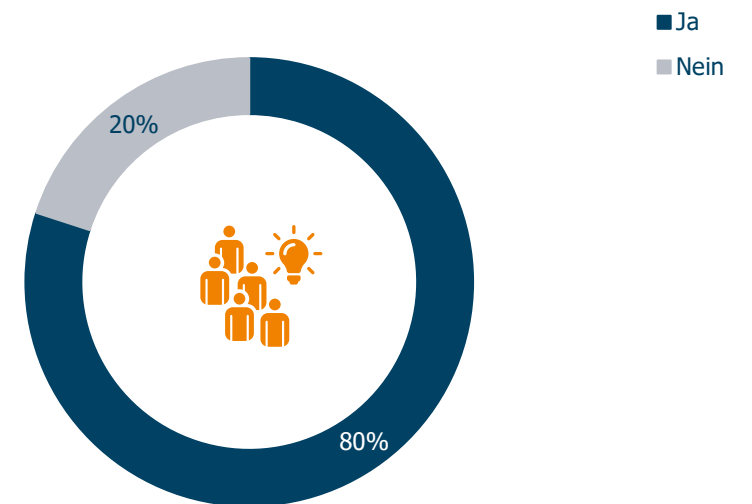
# Etwa die Hälfte aller Teilnehmer erwartet in den nächsten zwei Jahren mehr Mitarbeiter, jedoch sind die meisten über den Mangel an Fachkräften besorgt .

Erwartung Zuwachs Mitarbeitende in den nächsten zwei Jahren



Q3.4 Erwarten Sie einen Zuwachs an Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Bereich Event / Live-Kommunikation in den nächsten 2 Jahren? | Basis Total N=121 | Angaben in %

Mangel an Fachpersonal feststellbar



Q3.5 Bei der Rekrutierung von neuen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für Ihr Unternehmen, stellen Sie einen Mangel an Fachpersonal fest? | Basis Total N=120 | Angaben in %

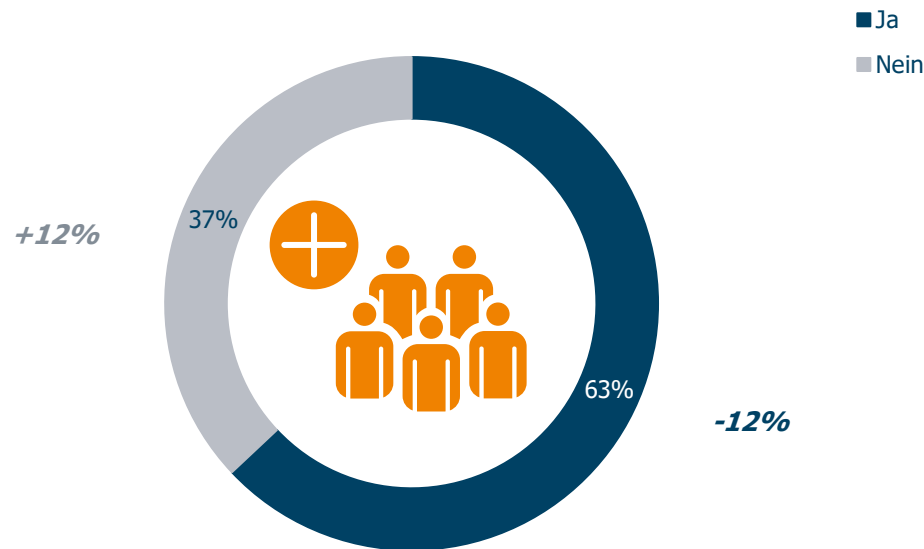
## Zwei Drittel der EXPO EVENT Mitglieder planen in den nächsten zwei Jahren Neueinstellungen, ein Rückgang von 12% im Vergleich zu 2022.

Veränderung Anzahl Mitarbeitende in den letzten zwei Jahren



Q3.3 Wie hat sich die Anzahl Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Bereich Event / Live-Kommunikation in Ihrer Unternehmung in den vergangenen 2 Jahren verändert? | Basis: Total N=30 | Angaben in %

Erwartung Zuwachs Mitarbeitende in den nächsten zwei Jahren



Q3.4 Erwarten Sie einen Zuwachs an Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Bereich Event / Live-Kommunikation in den nächsten 2 Jahren? Basis: Total N=30 | Angaben in %

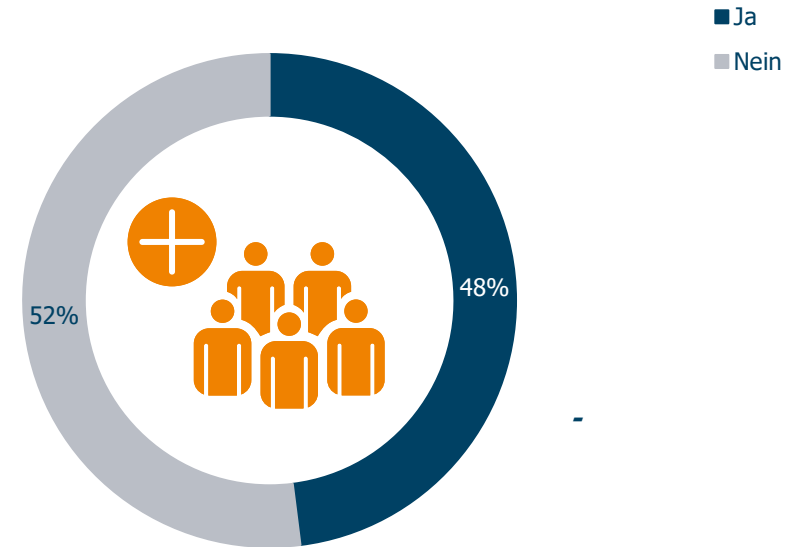
# Gleich wie noch 2022 ist bei rund der Hälfte der Mitglieder von svtb die Erwartung eines Personalzuwachs in naher Zukunft vorhanden.

## Veränderung Anzahl Mitarbeitende in den letzten zwei Jahren



Q3.3 Wie hat sich die Anzahl Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Bereich Event / Live-Kommunikation in Ihrer Unternehmung in den vergangenen 2 Jahren verändert? | Basis: Total N=75 | Angaben in %

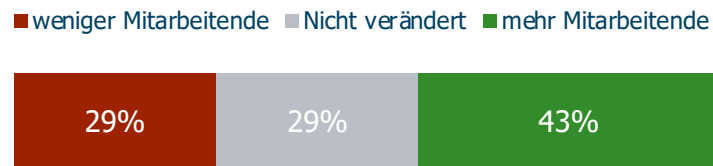
## Erwartung Zuwachs Mitarbeitende in den nächsten zwei Jahren



Q3.4 Erwarten Sie einen Zuwachs an Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Bereich Event / Live-Kommunikation in den nächsten 2 Jahren? Basis: Total N=75 | Angaben in %

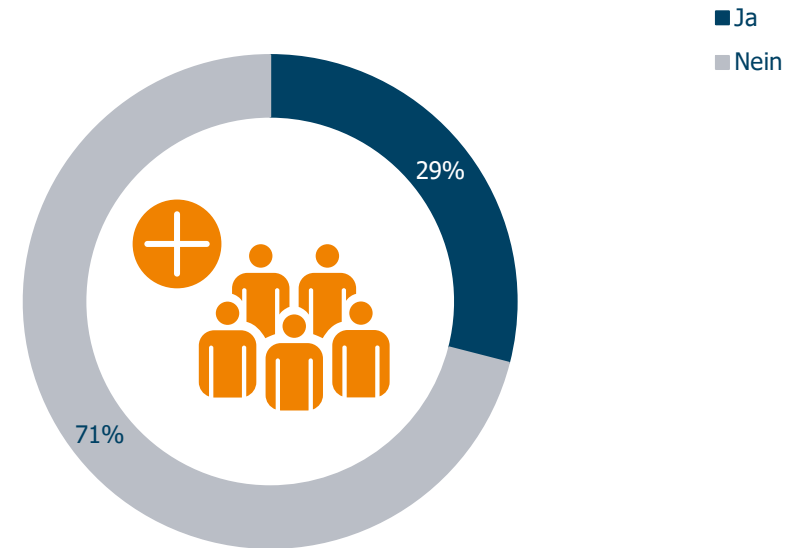
# Die Mitglieder von TECTUM zeigen sich weniger optimistisch beim Mitarbeiterzuwachs. 71% erwarten keinen Zuwachs in den nächsten zwei Jahren.

Veränderung Anzahl Mitarbeitende in den letzten zwei Jahren



Q3.3 Wie hat sich die Anzahl Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Bereich Event / Live-Kommunikation in Ihrer Unternehmung in den vergangenen 2 Jahren verändert? | Basis: Total N=7 | Angaben in %

Erwartung Zuwachs Mitarbeitende in den nächsten zwei Jahren



Q3.4 Erwarten Sie einen Zuwachs an Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Bereich Event / Live-Kommunikation in den nächsten 2 Jahren? Basis: Total N=7 | Angaben in %

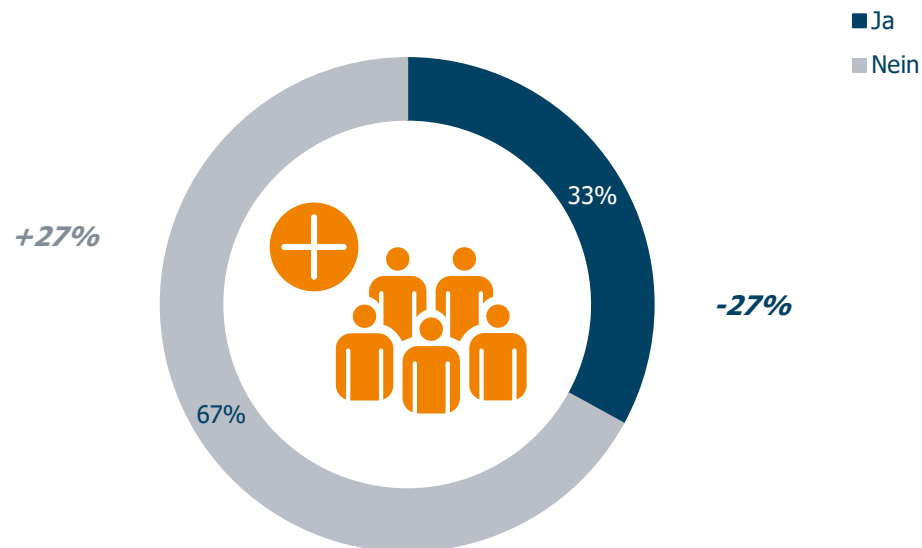


# Ein Drittel der VSSA-Mitglieder erwartet weiterhin einen Mitarbeiterzuwachs.

Veränderung Anzahl Mitarbeitende in den letzten zwei Jahren



Erwartung Zuwachs Mitarbeitende in den nächsten zwei Jahren



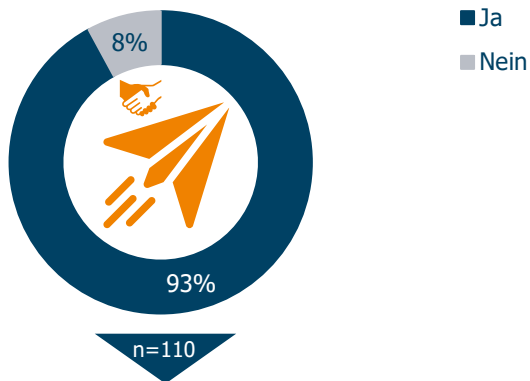
Q3.3 Wie hat sich die Anzahl Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Bereich Event / Live-Kommunikation in Ihrer Unternehmung in den vergangenen 2 Jahren verändert? | Basis: Total N=9 | Angaben in %

Q3.4 Erwarten Sie einen Zuwachs an Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Bereich Event / Live-Kommunikation in den nächsten 2 Jahren? Basis: Total N=9 | Angaben in %

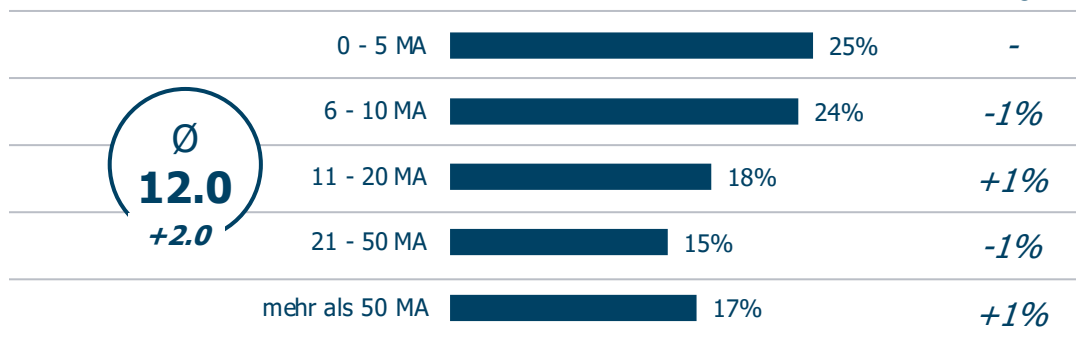


# Freelancer sind mittlerweile in nahezu jedem Unternehmen fest integriert. Während bei 46% der Bedarf weiter steigt, bemerken 70% einen Mangel an Freelancer.

## Zusammenarbeit mit Freelancerinnen/Freelancern

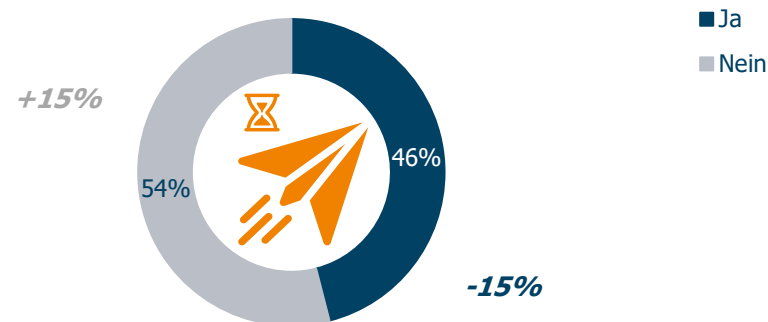


Δ 2022

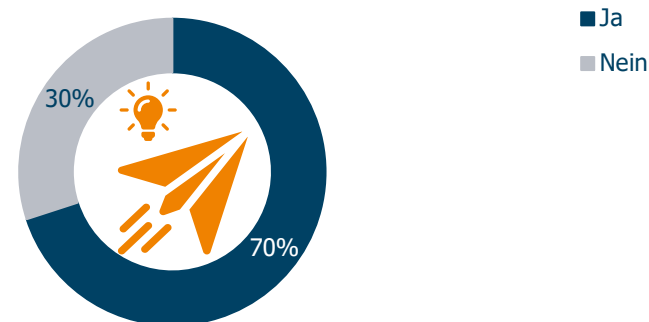


Q4.1 Arbeiten Sie bei Bedarf mit Freelancerinnen und Freelancer zusammen? | Basis: Total N=110 | Angaben in %  
 Q4.2 Wie viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter stehen Ihnen zu Verfügung, wenn Sie Bedarf an Freelancerinnen und Freelancer haben? | Basis: Befragte, die mit Freelancerinnen / Freelancer zusammenarbeiten | Offene, numerische Frage | Angaben in %; Median

## Zukünftig höherer Bedarf an Freelancerinnen/Freelancern



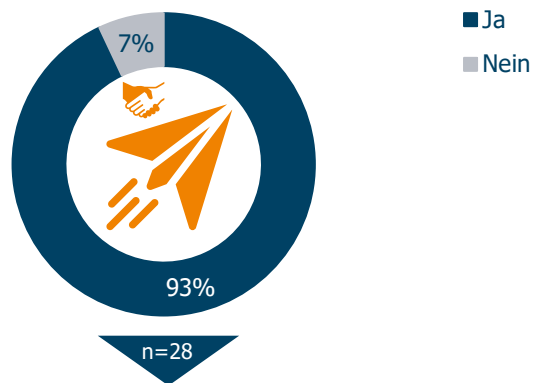
## Mangel an Fachpersonal (Freelancerinnen/Freelancern) feststellbar



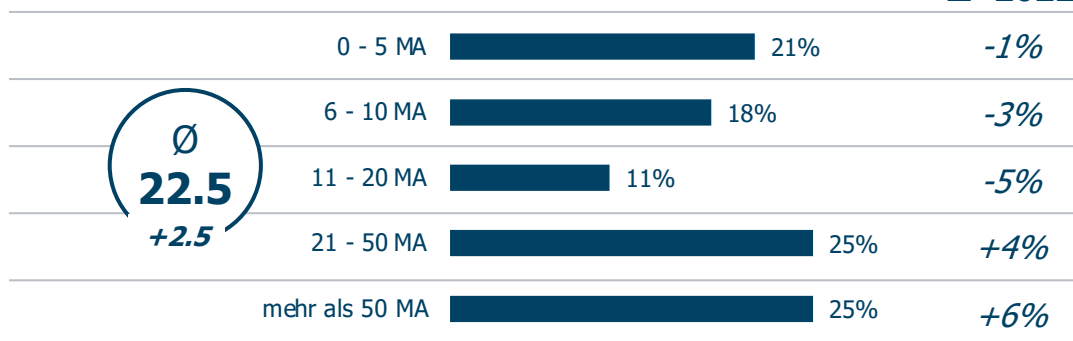
Q4.3 Besteht in Ihrem Unternehmen zukünftig ein höherer Bedarf an Freelancerinnen und Freelancer? Basis: Total N=110 | Angaben in %  
 Q4.4 Bei der Rekrutierung von neuen Freelancerinnen und Freelancer für Ihr Unternehmen, stellen Sie einen Mangel an Fachpersonal fest? | Basis: Total N=110 | Angaben in %

# Fast jedes Mitglied von EXPO EVENT setzt Freelancer ein. Der Mangel an Fachpersonen ist vorhanden, jedoch weniger als in anderen Verbänden.

## Zusammenarbeit mit Freelancerinnen/Freelancern

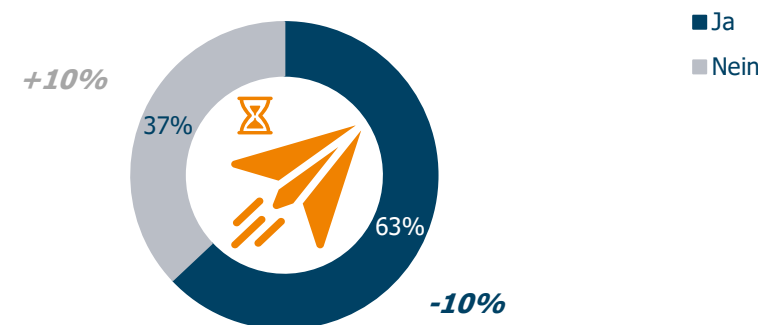


Δ 2022

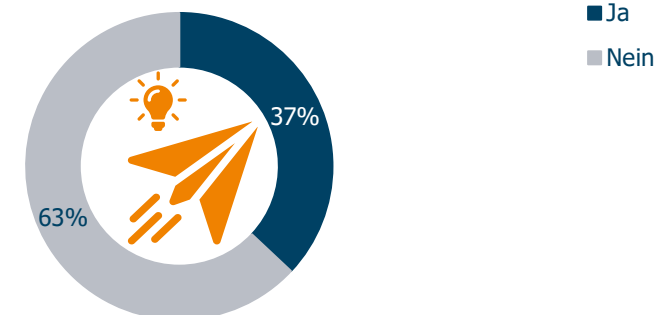


Q4.1 Arbeiten Sie bei Bedarf mit Freelancerinnen und Freelancer zusammen? | Basis: Total N=28 | Angaben in %  
 Q4.2 Wie viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter stehen Ihnen zu Verfügung, wenn Sie Bedarf an Freelancerinnen und Freelancer haben? | Basis: Befragte, die mit Freelancerinnen / Freelancer zusammenarbeiten | Offene, numerische Frage | Angaben in %; Median

## Zukünftig höherer Bedarf an Freelancerinnen/Freelancern



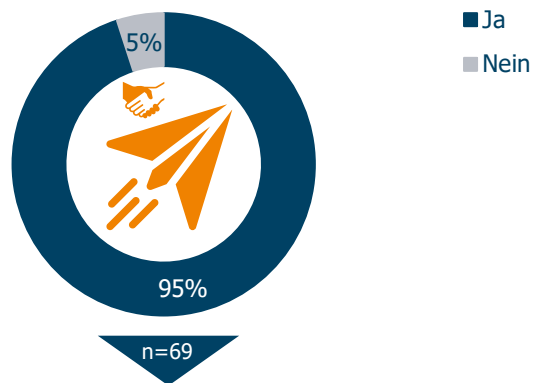
## Mangel an Fachpersonal (Freelancerinnen/Freelancern) feststellbar



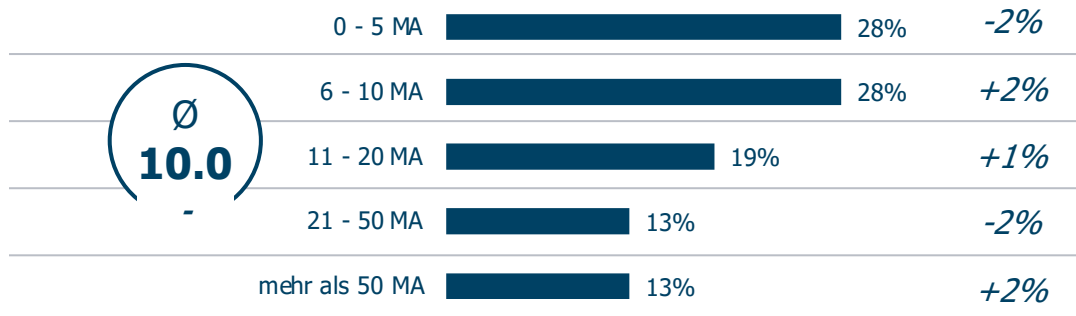
Q4.3 Besteht in Ihrem Unternehmen zukünftig ein höherer Bedarf an Freelancerinnen und Freelancer? Basis: EXPO EVENT n=28 | Angaben in %  
 Q4.4 Bei der Rekrutierung von neuen Freelancerinnen und Freelancer für Ihr Unternehmen, stellen Sie einen Mangel an Fachpersonal fest? | Basis: Total N=28 | Angaben in %

# Bei den Mitgliedern der svtb sind durchschnittlich 10 Freelancer beschäftigt. Fast die Hälfte erwartet zukünftig einen Anstieg des Bedarfs.

## Zusammenarbeit mit Freelancerinnen/Freelancern

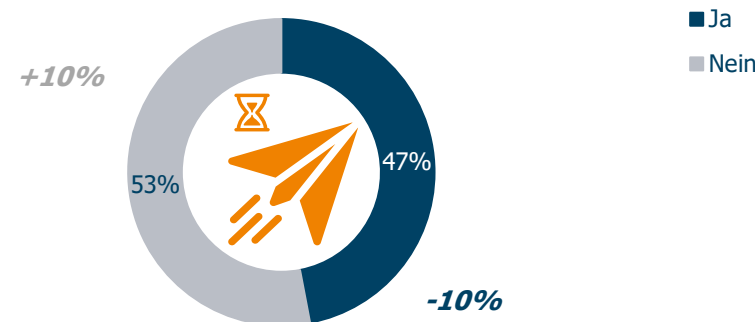


Δ 2022

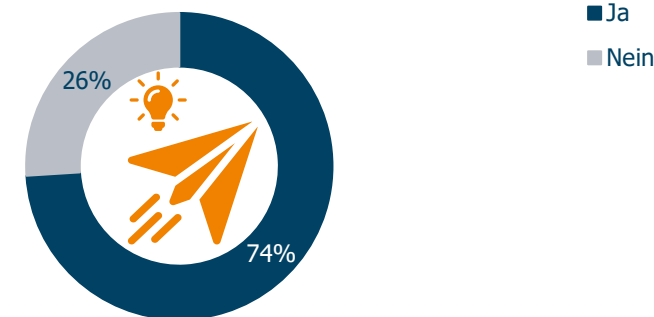


Q4.1 Arbeiten Sie bei Bedarf mit Freelancerinnen und Freelancer zusammen? | Basis: Total N=69 | Angaben in %  
 Q4.2 Wie viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter stehen Ihnen zu Verfügung, wenn Sie Bedarf an Freelancerinnen und Freelancer haben? | Basis: Befragte, die mit Freelancerinnen / Freelancer zusammenarbeiten | Offene, numerische Frage | Angaben in %; Median

## Zukünftig höherer Bedarf an Freelancerinnen/Freelancern



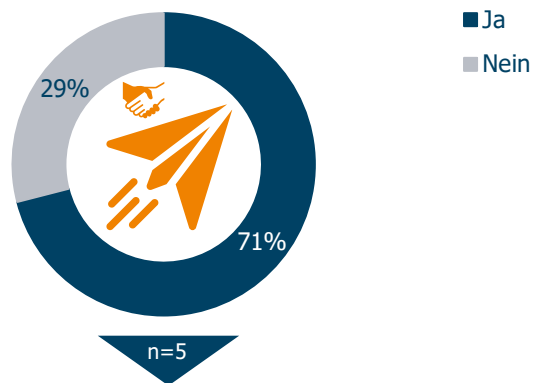
## Mangel an Fachpersonal (Freelancerinnen/Freelancern) feststellbar



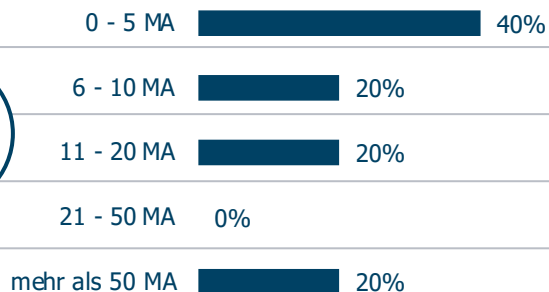
Q4.3 Besteht in Ihrem Unternehmen zukünftig ein höherer Bedarf an Freelancerinnen und Freelancer? Basis: svtb n=73 | Angaben in %  
 Q4.4 Bei der Rekrutierung von neuen Freelancerinnen und Freelancer für Ihr Unternehmen, stellen Sie einen Mangel an Fachpersonal fest? | Basis: Total N=73 | Angaben in %

# Mit den durchschnittlich 6 Freelancern geben sich die meisten Mitglieder von TECTUM zufrieden. Nur rund 30% wird zukünftig mehr Freelancer benötigen.

## Zusammenarbeit mit Freelancerinnen/Freelancern

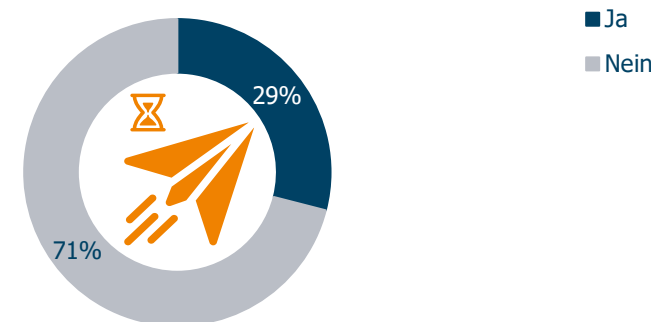


Ø  
**6.0**

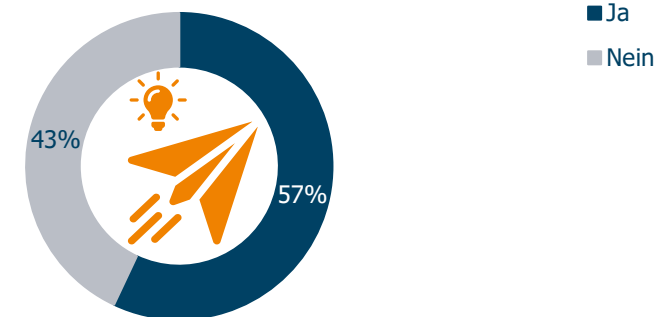


Q4.1 Arbeiten Sie bei Bedarf mit Freelancerinnen und Freelancer zusammen? | Basis: Total N= 5 | Angaben in %  
 Q4.2 Wie viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter stehen Ihnen zu Verfügung, wenn Sie Bedarf an Freelancerinnen und Freelancer haben? | Basis: Befragte, die mit Freelancerinnen / Freelancer zusammenarbeiten | Offene, numerische Frage | Angaben in %; Median | \*geringe Fallzahl

## Zukünftig höherer Bedarf an Freelancerinnen/Freelancern



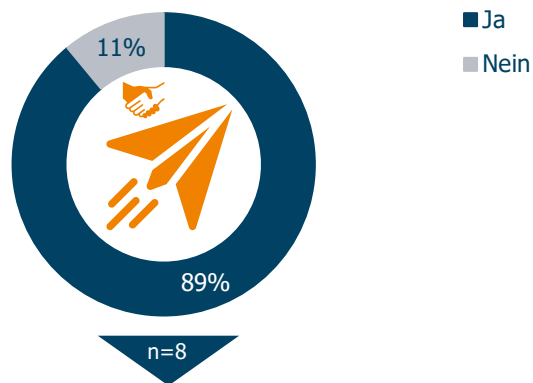
## Mangel an Fachpersonal (Freelancerinnen/Freelancern) feststellbar



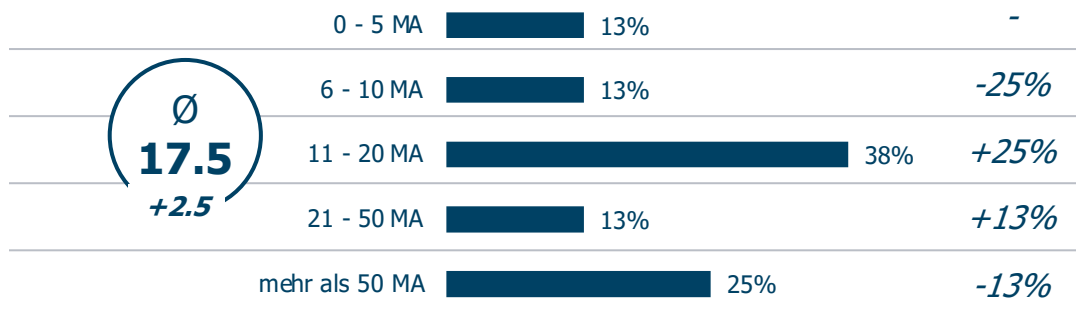
Q4.3 Besteht in Ihrem Unternehmen zukünftig ein höherer Bedarf an Freelancerinnen und Freelancer? Basis: Total N=7 | Angaben in % | \*geringe Fallzahl  
 Q4.4 Bei der Rekrutierung von neuen Freelancerinnen und Freelancer für Ihr Unternehmen, stellen Sie einen Mangel an Fachpersonal fest? | Basis: Total N=7 | Angaben in %

# Die Mitglieder von VSSA haben rund 18 Freelancer und sehen in Zukunft keinen höheren Bedarf, stellen jedoch einen Mangel an Fachpersonal fest.

## Zusammenarbeit mit Freelancerinnen/Freelancern

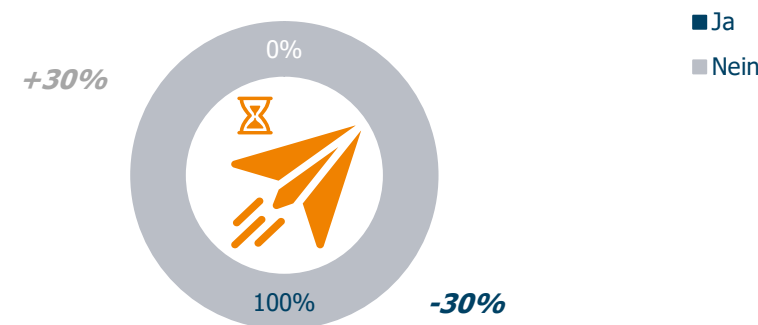


Δ 2022

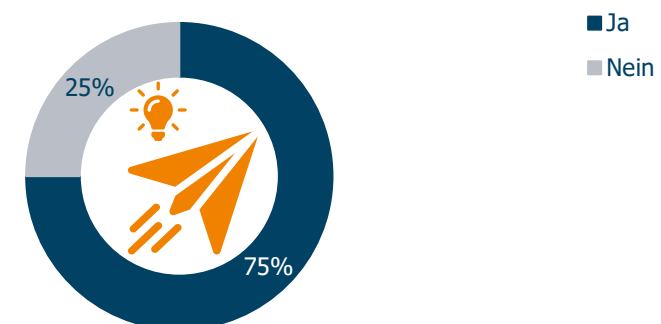


Q4.1 Arbeiten Sie bei Bedarf mit Freelancerinnen und Freelancer zusammen? | Basis: VSSA n=8 | Angaben in %  
 Q4.2 Wie viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter stehen Ihnen zu Verfügung, wenn Sie Bedarf an Freelancerinnen und Freelancer haben? | Basis: Befragte, die mit Freelancerinnen / Freelancer zusammenarbeiten | Offene, numerische Frage | Angaben in %; Median | \*geringe Fallzahl

## Zukünftig höherer Bedarf an Freelancerinnen/Freelancern



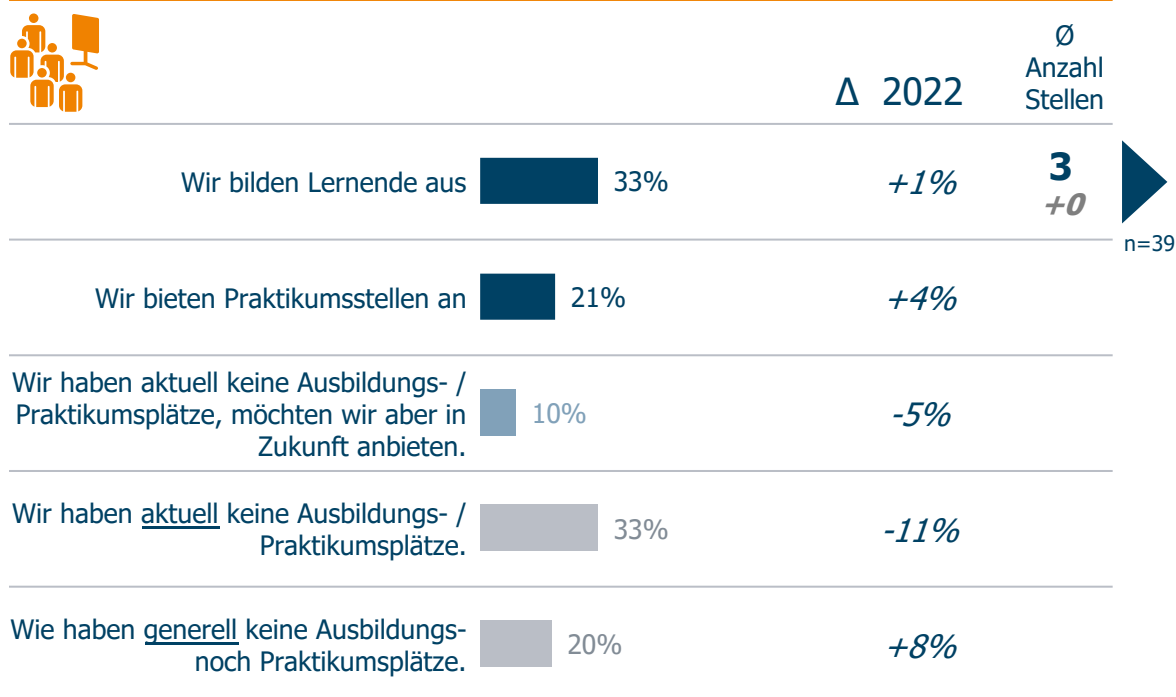
## Mangel an Fachpersonal (Freelancerinnen/Freelancern) feststellbar



Q4.3 Besteht in Ihrem Unternehmen zukünftig ein höherer Bedarf an Freelancerinnen und Freelancer? Basis: Total N=9 | Angaben in % | \*geringe Fallzahl  
 Q4.4 Bei der Rekrutierung von neuen Freelancerinnen und Freelancer für Ihr Unternehmen, stellen Sie einen Mangel an Fachpersonal fest? | Basis: Total N=9 | Angaben in %

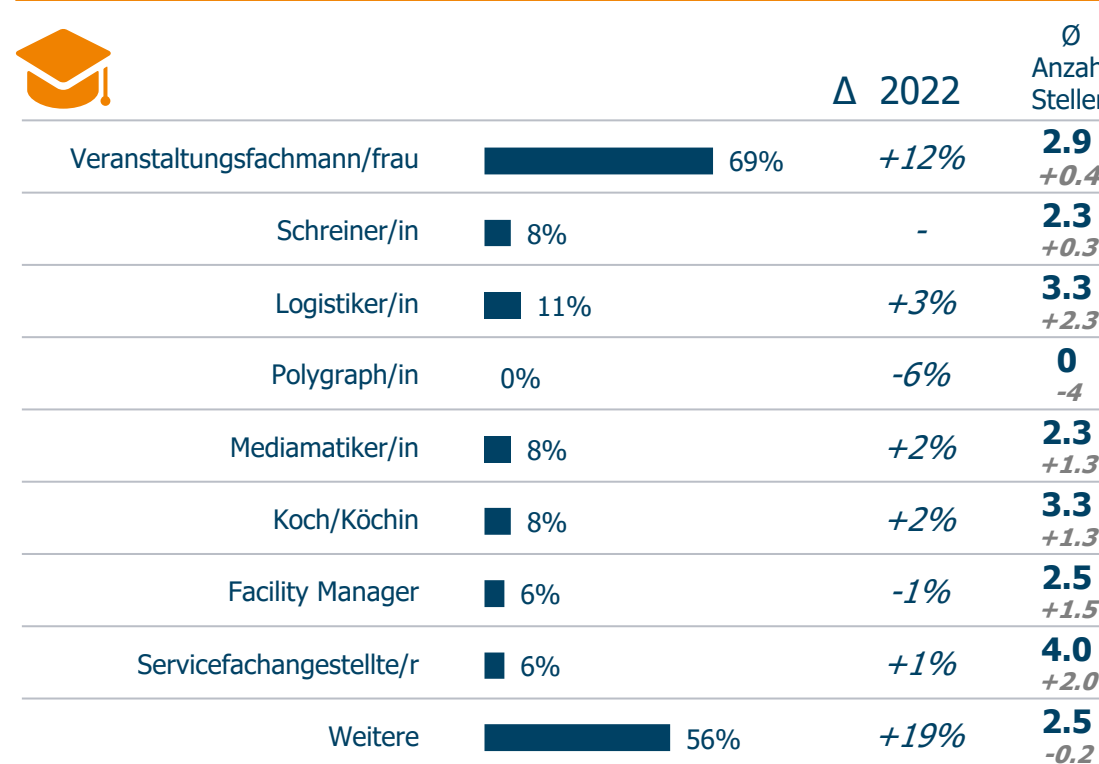
# Ein Drittel der Befragten bietet Ausbildungsplätze an. Die beliebteste Berufswahl mit am meisten Zuwachs ist Veranstaltungsfachmann bzw. Veranstaltungsfachfrau.

## Ausbildungs- / Praktikumsplätze



Q5.1 Wie viele Lernende bilden Sie aktuell aus und wie viele Praktikumsstellen bieten Sie aktuell im Gesamtunternehmen an? | Basis: Total N=117 | Mehrfachantworten möglich | Angaben in %  
Geben Sie jeweils auch die Anzahl Lernende / Praktikumsstellen an, die Sie aktuell ausbilden, resp. anbieten.  
Basis: Befragte, die Ausbildungs- / Praktikumsplätze anbieten | Offene, numerische Frage | Angaben in %

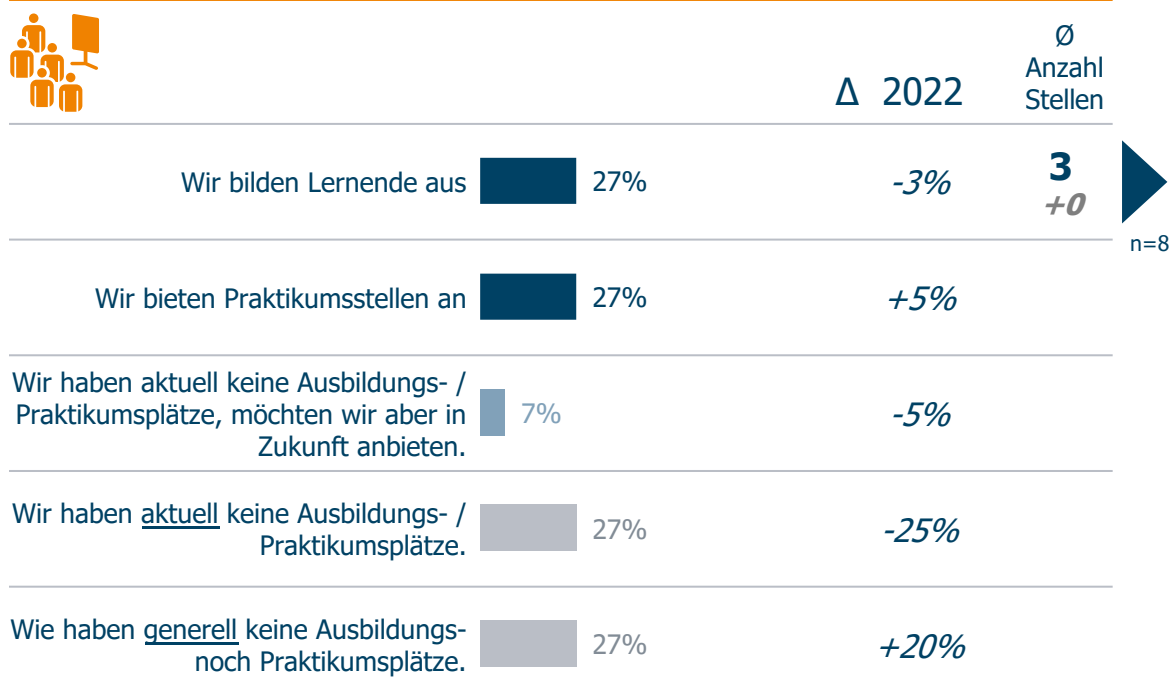
## Berufe der Lernenden



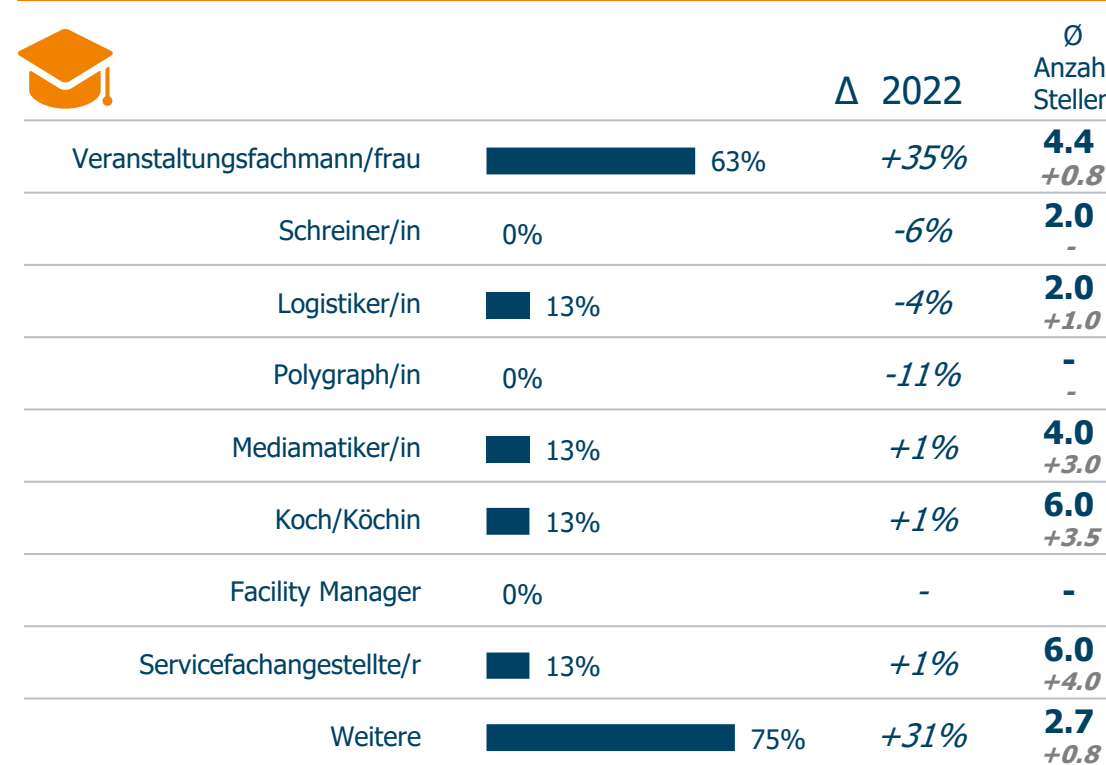
Q5.2 Für welche Berufe werden die Lernende ausgebildet?  
Basis: Befragte, die Ausbildungsplätze anbieten | Mehrfachantworten möglich | Angaben in %  
Geben Sie jeweils auch die Anzahl Lernende an, die Sie aktuell im jeweiligen Beruf ausbilden.  
Basis: Befragte, die Ausbildungsplätze anbieten | Offene, numerische Frage | Angaben in %

# Im Schnitt bilden EXPO EVENT Mitglieder drei Lernende aus. Im Vergleich zeigt sich, dass die Lehre als Veranstaltungsfachmann/frau an Bedeutung zugenommen hat.

## Ausbildungs- / Praktikumsplätze



## Berufe der Lernenden



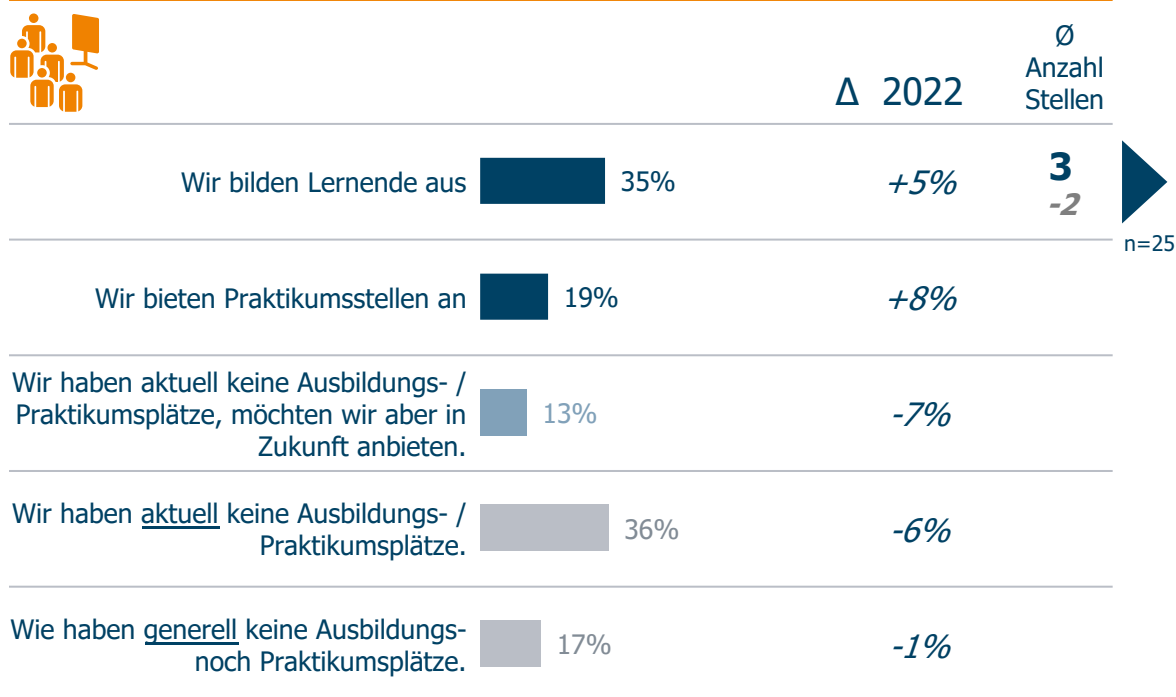
Q5.1 Wie viele Lernende bilden Sie aktuell aus und wie viele Praktikumsstellen bieten Sie aktuell im Gesamtunternehmen an? | Basis: Total N=30 | Mehrfachantworten möglich | Angaben in %  
 Geben Sie jeweils auch die Anzahl Lernende / Praktikumsstellen an, die Sie aktuell ausbilden, resp. anbieten.  
 Basis: Befragte, die Ausbildungs- / Praktikumsplätze anbieten | Offene, numerische Frage | Angaben in %

Q5.2 Für welche Berufe werden die Lernende ausgebildet?  
 Basis: Befragte, die Ausbildungsplätze anbieten | Mehrfachantworten möglich | Angaben in %  
 Geben Sie jeweils auch die Anzahl Lernende an, die Sie aktuell im jeweiligen Beruf ausbilden.  
 Basis: Befragte, die Ausbildungsplätze anbieten | Offene, numerische Frage | Angaben in %

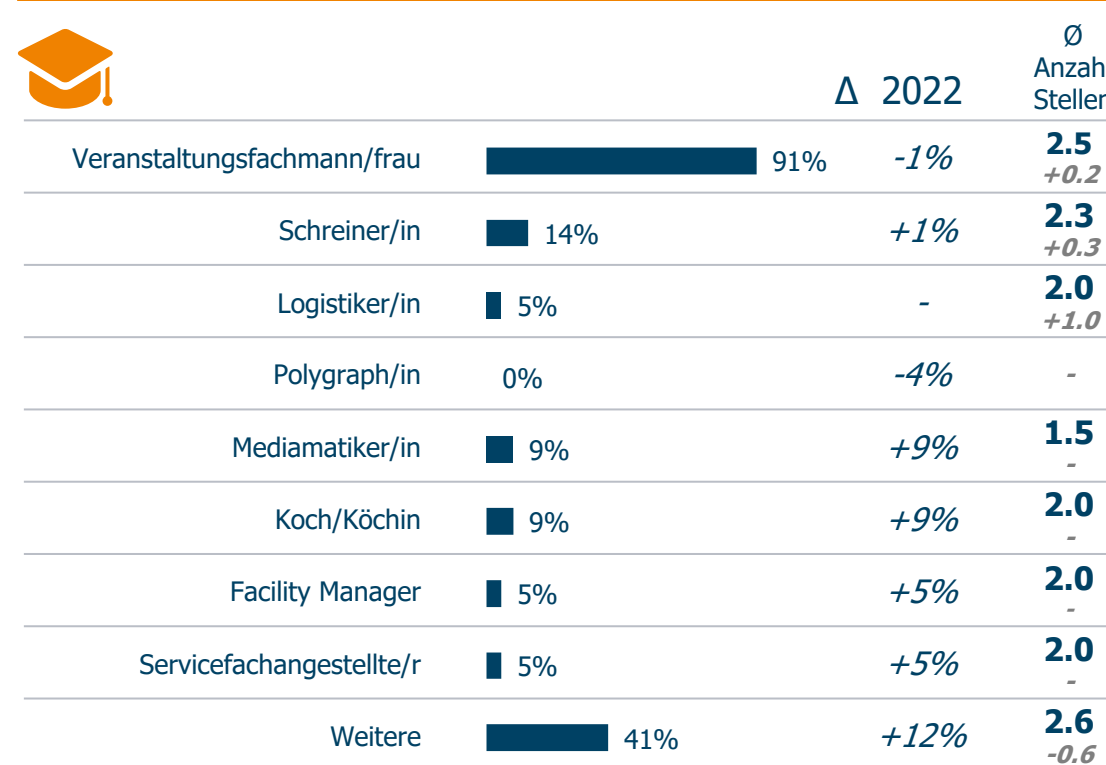


# Bei svbt hat die Anzahl an Lernenden um zwei Stellen abgenommen. Die meisten Lernenden im svtb werden als Veranstaltungsfachmann/frau ausgebildet.

## Ausbildungs- / Praktikumsplätze



## Berufe der Lernenden

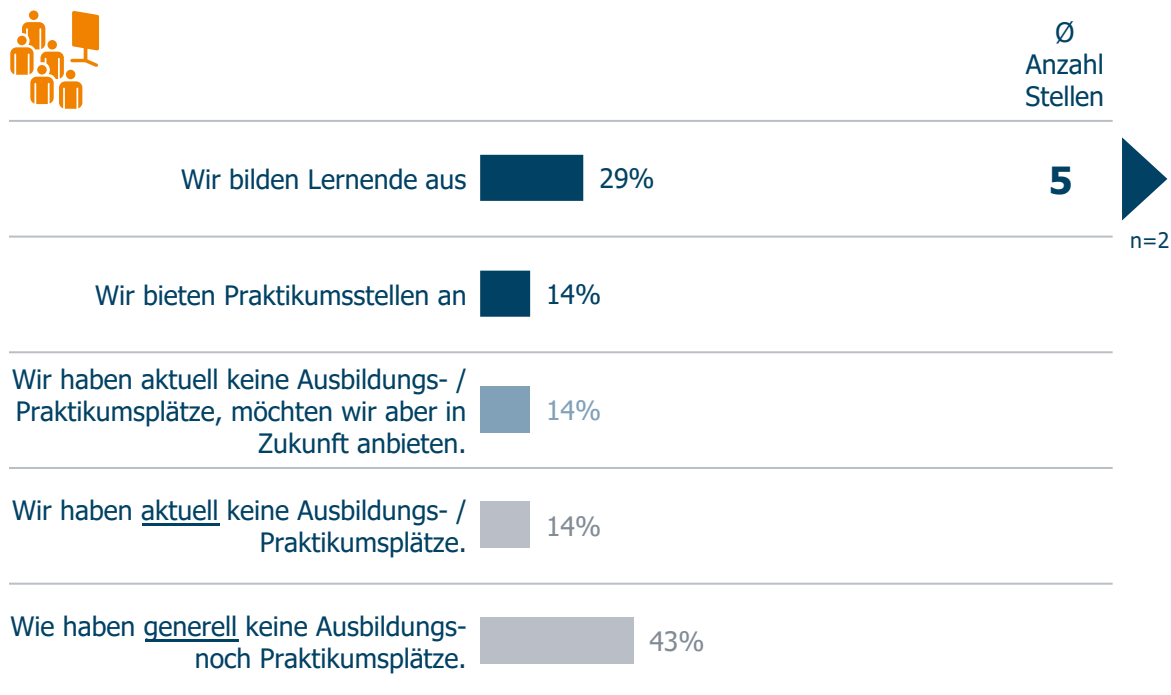


Q5.1 Wie viele Lernende bilden Sie aktuell aus und wie viele Praktikumsstellen bieten Sie aktuell im Gesamtunternehmen an? | Basis: Total N=72 | Mehrfachantworten möglich | Angaben in %  
 Geben Sie jeweils auch die Anzahl Lernende / Praktikumsstellen an, die Sie aktuell ausbilden, resp. anbieten.  
 Basis: Befragte, die Ausbildungs- / Praktikumsplätze anbieten | Offene, numerische Frage | Angaben in %

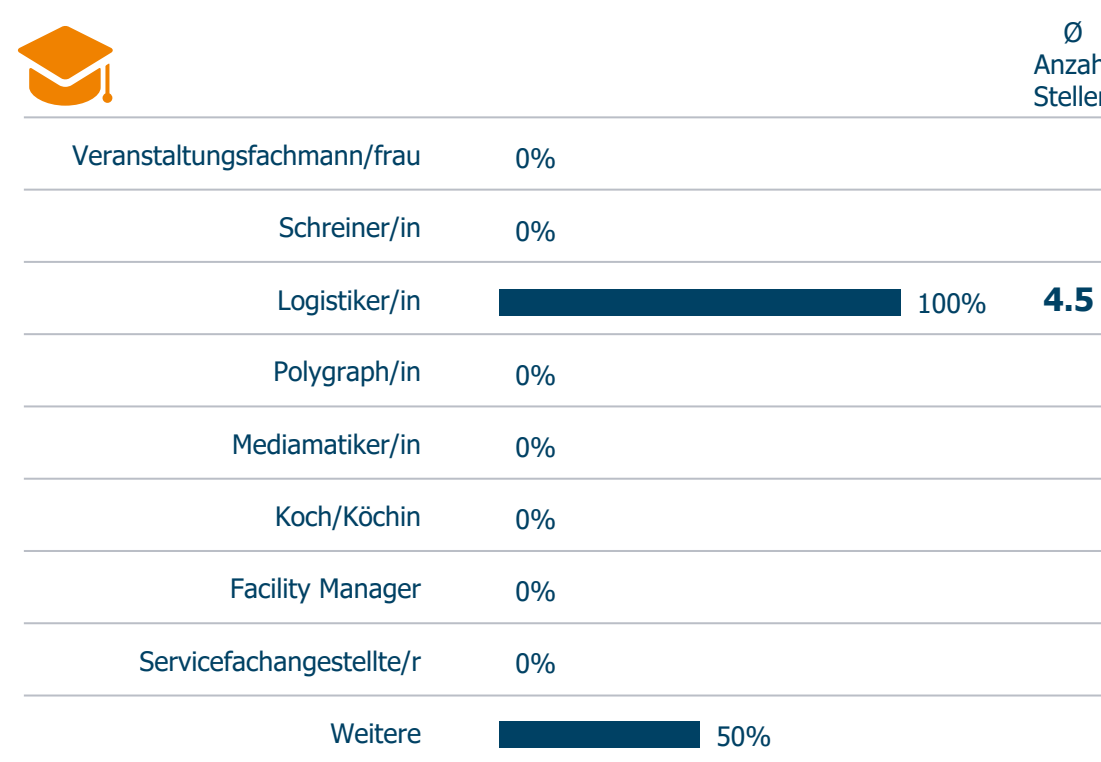
Q5.2 Für welche Berufe werden die Lernende ausgebildet?  
 Basis: Befragte, die Ausbildungsplätze anbieten | Mehrfachantworten möglich | Angaben in %  
 Geben Sie jeweils auch die Anzahl Lernende an, die Sie aktuell im jeweiligen Beruf ausbilden.  
 Basis: Befragte, die Ausbildungsplätze anbieten | Offene, numerische Frage | Angaben in %

# Bei Tectum werden Logistiker/innen ausgebildet.

## Ausbildungs- / Praktikumsplätze



## Berufe der Lernenden



Q5.1 Wie viele Lernende bilden Sie aktuell aus und wie viele Praktikumsstellen bieten Sie aktuell im Gesamtunternehmen an? | Basis: Total N=7 | Mehrfachantworten möglich | Angaben in %  
 Geben Sie jeweils auch die Anzahl Lernende / Praktikumsstellen an, die Sie aktuell ausbilden, resp. anbieten.  
 Basis: Befragte, die Ausbildungs- / Praktikumsplätze anbieten | Offene, numerische Frage | Angaben in %

Q5.2 Für welche Berufe werden die Lernende ausgebildet?  
 Basis: Befragte, die Ausbildungsplätze anbieten | Mehrfachantworten möglich | Angaben in %  
 Geben Sie jeweils auch die Anzahl Lernende an, die Sie aktuell im jeweiligen Beruf ausbilden.  
 Basis: Befragte, die Ausbildungsplätze anbieten | Offene, numerische Frage | Angaben in %

# 50% der VSSA-Mitglieder bildet Lernende aus. Etwa 20% weniger als noch 2022. Ausbildungsstellen sind im Bereich Facility Management vorhanden.

## Ausbildungs- / Praktikumsplätze

		Δ 2022	Ø Anzahl Stellen
Wir bilden Lernende aus	50%	-20%	<b>3</b> +1
Wir bieten Praktikumsstellen an	25%	-15%	
Wir haben aktuell keine Ausbildungs- / Praktikumsplätze, möchten wir aber in Zukunft anbieten.	0%	-	
Wir haben <u>aktuell</u> keine Ausbildungs- / Praktikumsplätze.		+30%	
Wie haben <u>generell</u> keine Ausbildungs- noch Praktikumsplätze.	0%	-	

n=4

## Berufe der Lernenden

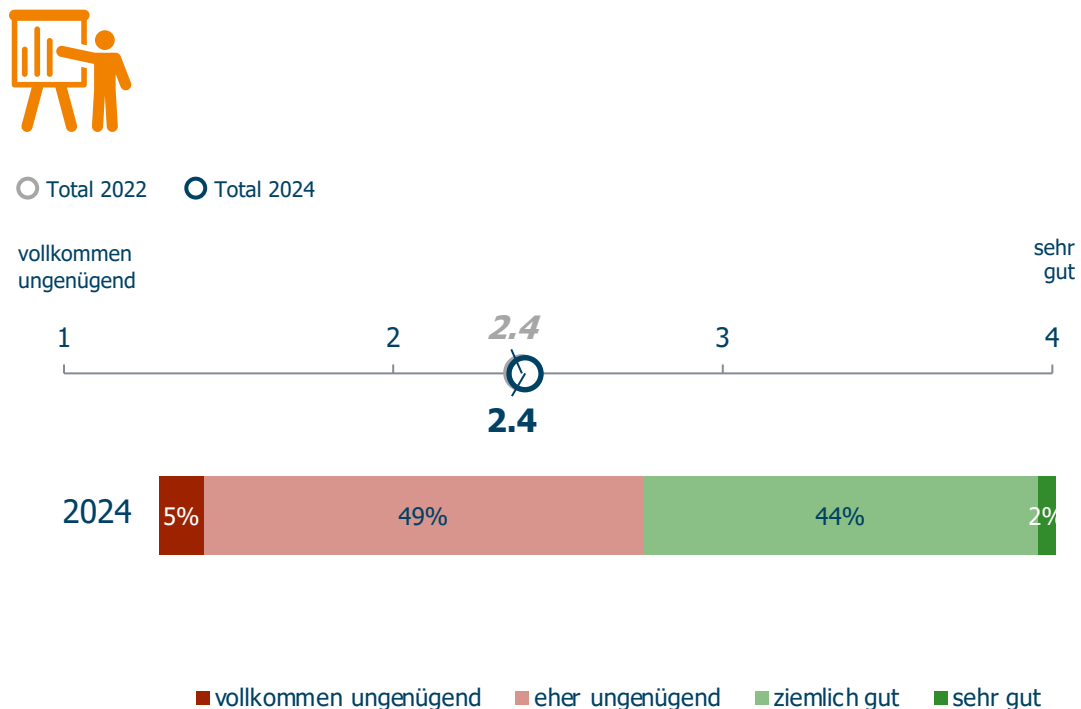
		Δ 2022	Ø Anzahl Stellen
Veranstaltungsfachmann/frau	0%	-14%	-
Schreiner/in	0%	-	-
Logistiker/in	0%	-	-
Polygraph/in	0%	-	-
Mediamatiker/in	0%	-14%	-1
Koch/Köchin	0%	-14%	-1
Facility Manager		-18%	<b>3.0</b> +2.0
Servicefachangestellte/r	0%	-	-
Weitere	100%	+57%	<b>2.5</b> -1.2

Q5.1 Wie viele Lernende bilden Sie aktuell aus und wie viele Praktikumsstellen bieten Sie aktuell im Gesamtunternehmen an? | Basis: Total N=8 | Mehrfachantworten möglich | Angaben in %  
Geben Sie jeweils auch die Anzahl Lernende / Praktikumsstellen an, die Sie aktuell ausbilden, resp. anbieten.  
Basis: Befragte, die Ausbildungs- / Praktikumsplätze anbieten | Offene, numerische Frage | Angaben in %

Q5.2 Für welche Berufe werden die Lernende ausgebildet?  
Basis: Befragte, die Ausbildungsplätze anbieten | Mehrfachantworten möglich | Angaben in %  
Geben Sie jeweils auch die Anzahl Lernende an, die Sie aktuell im jeweiligen Beruf ausbilden.  
Basis: Befragte, die Ausbildungsplätze anbieten | Offene, numerische Frage | Angaben in %

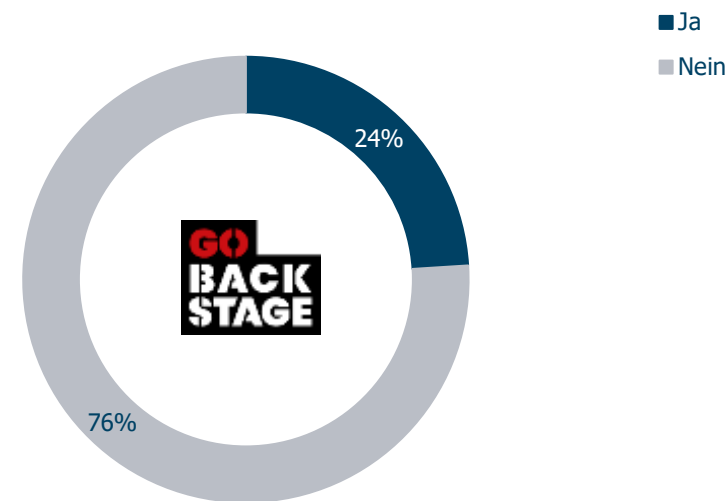
# Das Weiterbildungsangebot wird ähnlich bewertet wie 2022. Etwa ein Viertel der Befragten bemerkt Auswirkungen durch die «GoBackstage» Initiative.

## Angebot an Weiterbildungsmöglichkeiten



Q5.4 Wie schätzen Sie das Angebot an Weiterbildungsmöglichkeiten im Bereich Event / Live-Kommunikation ein?  
Basis: Total N=112 | Skala von 1 = vollkommen ungenügend bis 4 = sehr gut | Angaben in %

## Auswirkung der «GoBackstage» Initiative feststellbar



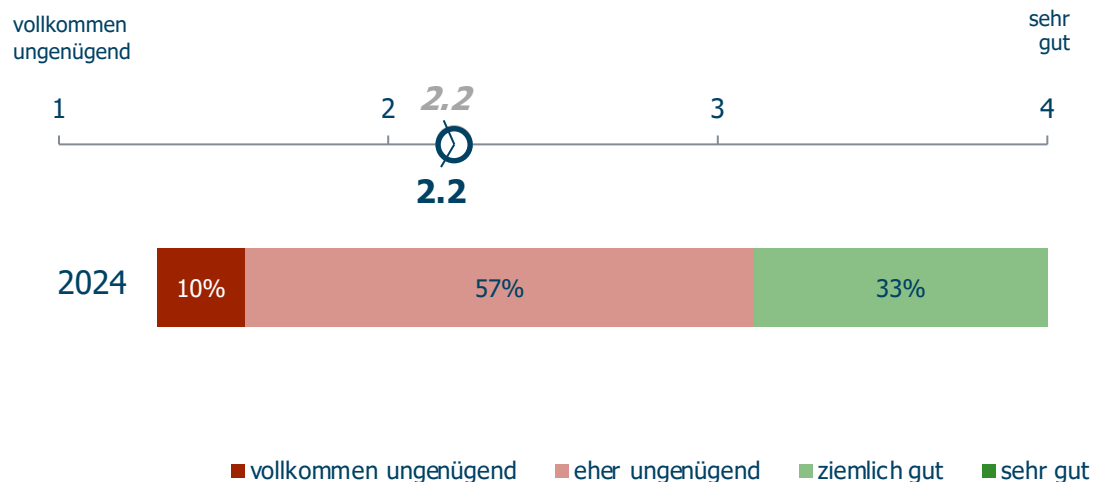
Q5.6 Die «GoBackstage» Initiative wurde ins Leben gerufen, um Nachwuchstalente zu zeigen, dass sich der Einstieg in die Veranstaltungsbranche mehr denn je lohnt. Haben Sie bis jetzt eine Auswirkung der Initiative gemerkt?  
Basis: Total N=110 | Angaben in %

# Die Mitglieder von EXPO EVENT bewerten das Angebot weniger gut und haben vergleichsweise weniger von der «GoBackstage» initiative gespürt.

## Angebot an Weiterbildungsmöglichkeiten

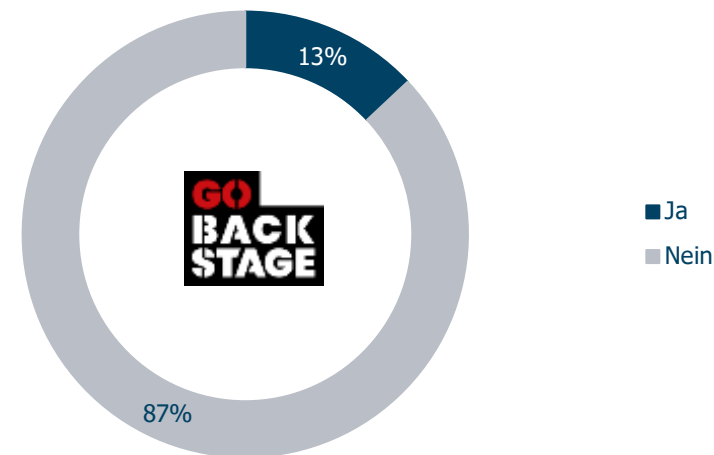


○ Total 2022 ○ Total 2024



Q5.4 Wie schätzen Sie das Angebot an Weiterbildungsmöglichkeiten im Bereich Event / Live-Kommunikation ein?  
Basis: Total N=30 | Skala von 1 = vollkommen ungenügend bis 4 = sehr gut | Angaben in %

## Auswirkung der «GoBackstage» Initiative feststellbar



Q5.6 Die «GoBackstage» Initiative wurde ins Leben gerufen, um Nachwuchstalenten zu zeigen, dass sich der Einstieg in die Veranstaltungsbranche mehr denn je lohnt. Haben Sie bis jetzt eine Auswirkung der Initiative gemerkt?  
Basis: Total N=30 | Angaben in %

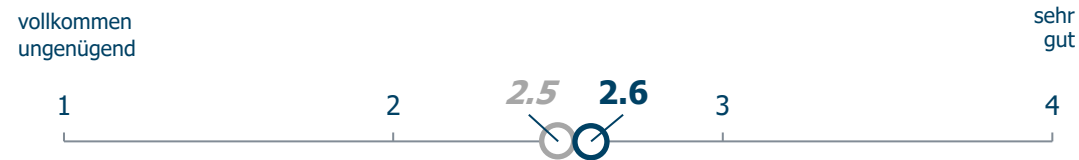


# Rund die Hälfte der Mitglieder von svtb sind mit dem Weiterbildungsangebot zufrieden. Gut ein Drittel hat den Einfluss von der «GoBackstage» initiative bemerkt.

## Angebot an Weiterbildungsmöglichkeiten



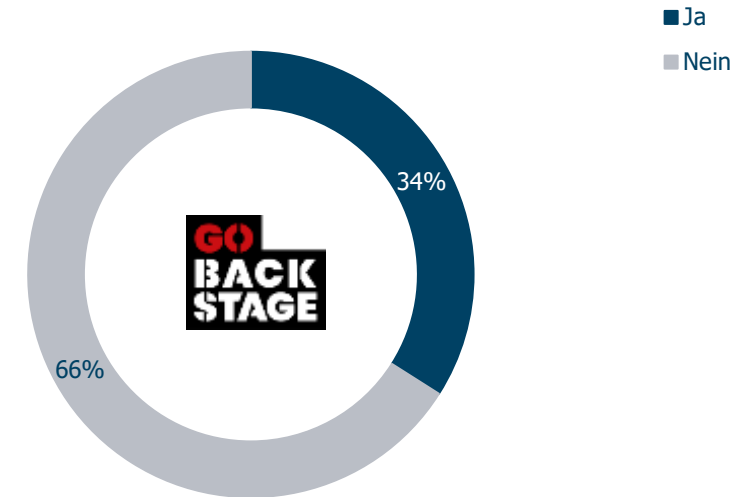
○ Total 2022 ○ Total 2024



■ vollkommen ungenügend ■ eher ungenügend ■ ziemlich gut ■ sehr gut

Q5.4 Wie schätzen Sie das Angebot an Weiterbildungsmöglichkeiten im Bereich Event / Live-Kommunikation ein?  
Basis: Total N=67 | Skala von 1 = vollkommen ungenügend bis 4 = sehr gut | Angaben in %

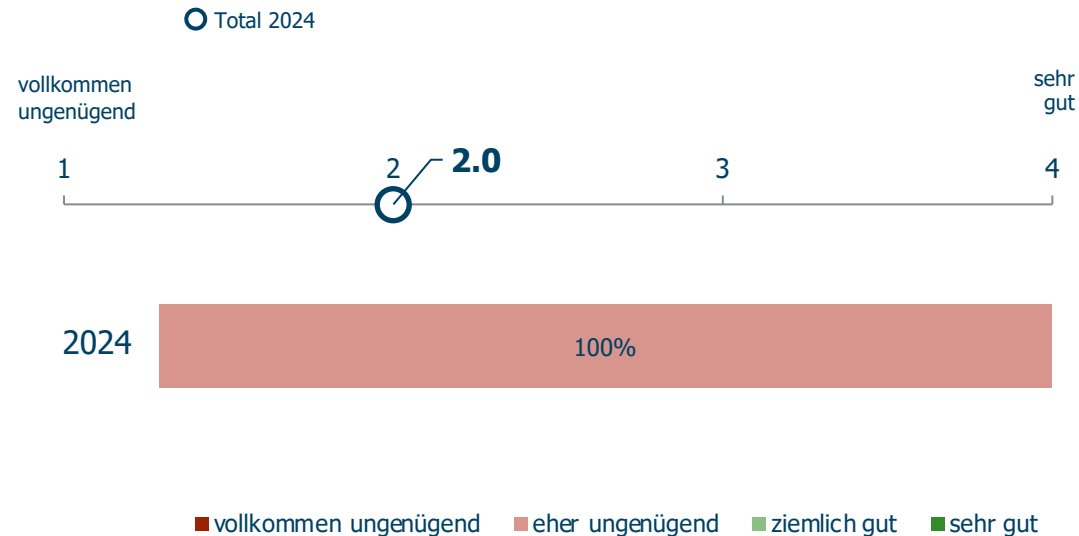
## Auswirkung der «GoBackstage» Initiative feststellbar



Q5.6 Die «GoBackstage» Initiative wurde ins Leben gerufen, um Nachwuchstalente zu zeigen, dass sich der Einstieg in die Veranstaltungsbranche mehr denn je lohnt. Haben Sie bis jetzt eine Auswirkung der Initiative gemerkt?  
Basis: Total N=65 | Angaben in %

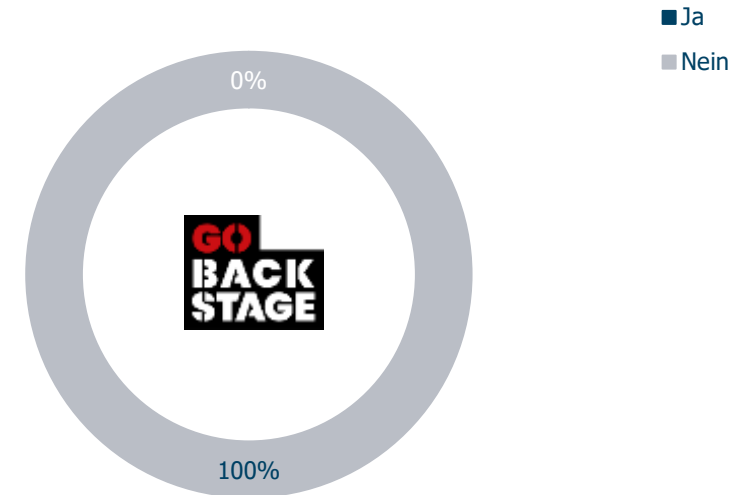
# Teilnehmer von TECTUM schätzen das Weiterbildungsangebot als eher ungenügend ein.

## Angebot an Weiterbildungsmöglichkeiten



Q5.4 Wie schätzen Sie das Angebot an Weiterbildungsmöglichkeiten im Bereich Event / Live-Kommunikation ein?  
Basis: Total N=7 | Skala von 1 = vollkommen ungenügend bis 4 = sehr gut | Angaben in %

## Auswirkung der «GoBackstage» Initiative feststellbar



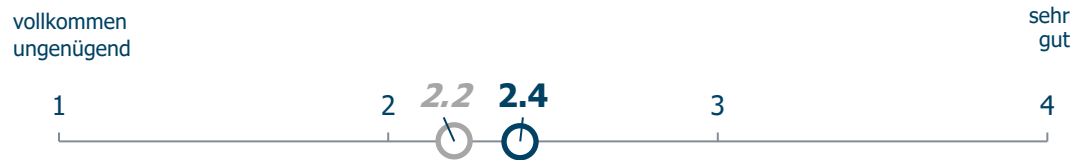
Q5.6 Die «GoBackstage» Initiative wurde ins Leben gerufen, um Nachwuchstalenten zu zeigen, dass sich der Einstieg in die Veranstaltungsbranche mehr denn je lohnt. Haben Sie bis jetzt eine Auswirkung der Initiative gemerkt?  
Basis: Total N=7 | Angaben in %

# Die Bewertung der Weiterbildungsmöglichkeiten hat sich bei den Mitgliedern von VSSA verbessert. Rund 50% schätzen sie als ziemlich gut ein.

## Angebot an Weiterbildungsmöglichkeiten



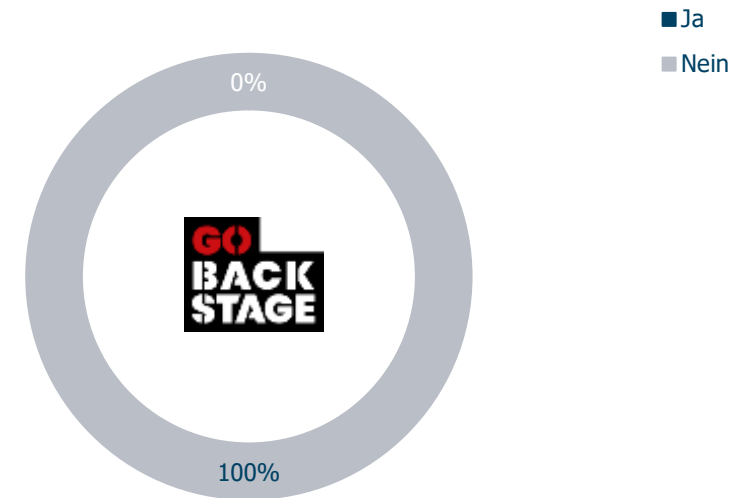
○ Total 2022 ○ Total 2024



■ vollkommen ungenügend ■ eher ungenügend ■ ziemlich gut ■ sehr gut

Q5.4 Wie schätzen Sie das Angebot an Weiterbildungsmöglichkeiten im Bereich Event / Live-Kommunikation ein?  
Basis: Total N=8 | Skala von 1 = vollkommen ungenügend bis 4 = sehr gut | Angaben in %

## Auswirkung der «GoBackstage» Initiative feststellbar



Q5.6 Die «GoBackstage» Initiative wurde ins Leben gerufen, um Nachwuchstalenten zu zeigen, dass sich der Einstieg in die Veranstaltungsbranche mehr denn je lohnt. Haben Sie bis jetzt eine Auswirkung der Initiative gemerkt?  
Basis: Total N=8 | Angaben in %



# INHALTSVERZEICHNIS

Management Summary

Methodischer Steckbrief und Verbandsstruktur

Dienstleistungen der Branche und Verbandsarbeit

Human Resources

➤ **Budget**

Internationalisierung

Formate und Technologie

Teilnahme an Ausschreibungen

Nachhaltigkeit

Herausforderungen und Massnahmen

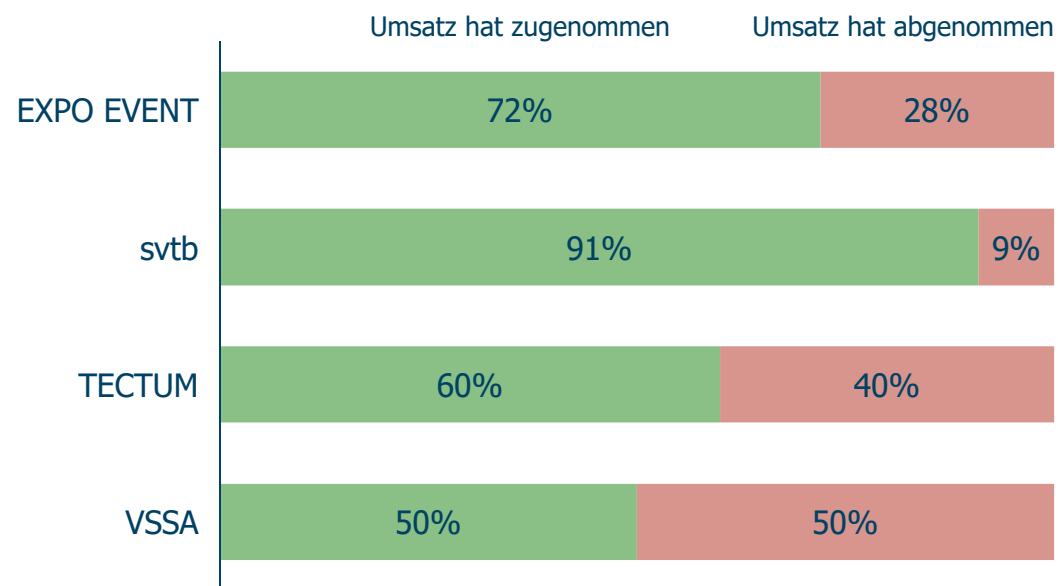
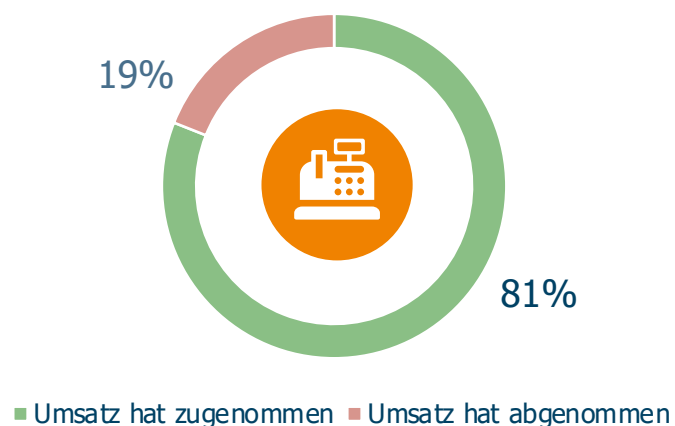


## Die Branche hat sich von der Pandemie erholen können. Der Umsatzforecast für 2024 ist optimistisch und übersteigt das Niveau von 2019, dem Jahr vor der Pandemie.

- Die Event- und Live-Kommunikationsbranche war sehr stark von der Pandemie betroffen. So ist im Jahr 2020 der **Umsatz** über alle Unternehmen hinweg um **mehr als die Hälfte eingebrochen**. Drei Jahre später hat sich der Umsatz stark erholt, ist jedoch noch nicht am Ausgangspunkt, 2019. Erst der Forecast für 2024 scheint über dem Niveau von 2019 zu liegen.
- Verglichen zur Zeit vor der Pandemie **hat der Umsatz stark zugenommen**, so 80% der befragten Unternehmen. Am deutlichsten ist dies unter den svtb Mitgliedern festzustellen.
- Der Forecast 2022 wurde insgesamt sehr gut getroffen. Der Anteil der Unternehmen mit einem Umsatz über zwei Millionen CHF hat sich positiv und gegen den Forecast für 2022 entwickelt – das erreichen über 40% der Befragten.
- Bei **EXPO EVENT** ist die positive Entwicklung der Umsatzstarken Unternehmen besonders auffällig. Unternehmen im **svtb** kennzeichnet eine breite Streuung der Umsatzvolumina. Der Forecast 2024 geht von mehr Umsatz zwischen einer und zwei Millionen CHF aus.
- Über die Gesamtbranche hat mehr als die Hälfte der Befragten **sowohl in 2022 als auch in 2023** einen Umsatz von über einer Million CHF. 68% der Unternehmen erzielen den Umsatz in der Schweiz. **Der Forecast für 2024 setzt die Entwicklung fort:** hier gehen über 60% der Befragten Unternehmen davon aus, dass sie mehr als eine Million Umsatz erreichen.
- Trotz der hohen Umsätze haben die meisten realisierten Projekte ein Volumen von unter 50'000 CHF.
- Bezogen auf die angebotenen Formate sind es Offline Public Events, die den grössten Umsatzanteil in den Unternehmen erzielt haben. Der Anteil der Offline Events generell verzeichnet eine massive Steigerung von nahezu einem Drittel. Rein virtuelle Events haben hingegen stark abgenommen. Lediglich bei **EXPO EVENT** ist der Anteil an hybriden Events gleich geblieben.

## Verglichen zur Zeit vor der Pandemie fand der Umsatz in den meisten Unternehmen eine positive Entwicklung.

Entwicklung der Umsätze verglichen zur Zeit vor dem Jahr 2020 (vor der Pandemiezeit)

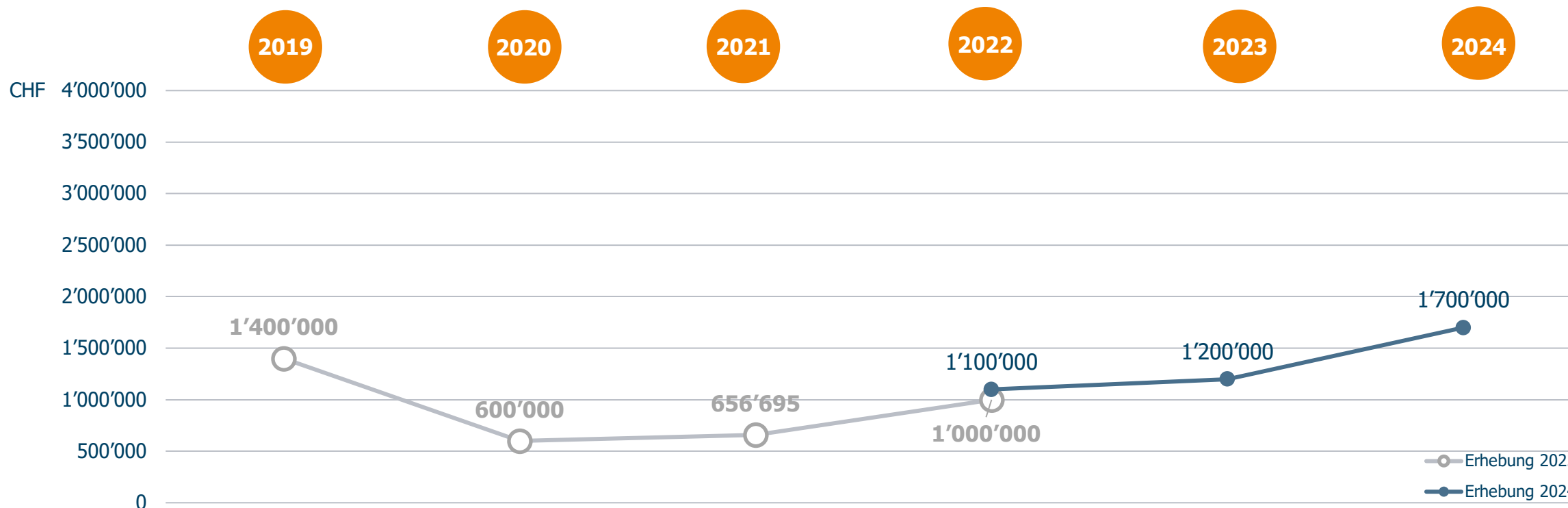


Q6.3 Verglichen zur Zeit vor dem Jahr 2020 (vor der Pandemiezeit), wie hat sich der Umsatz in Ihrem Unternehmen im Bereich Event/ Live-Kommunikation entwickelt?

Basis: Total N=77; EXPO-EVENT n=25; svtb n=43; TECTUM n=5; VSSA n=4 | TECTUM und VSSA: sehr geringe Fallzahl

**Der Umsatz in 2022 fiel besser aus als der Forecast vor 2 Jahren. Generell zeigt sich eine positive Entwicklung mit einem 2024er Umsatzforecast deutlich höher als 2019.**

Entwicklung der Umsätze im Jahresvergleich resp. Forecast 2022 und 2024 - Median



Q6.1.1 Wie hoch waren die Umsätze in den folgenden Zeiträumen? – 2022 | Basis: Total N=81 | Offene, numerische Frage | Median

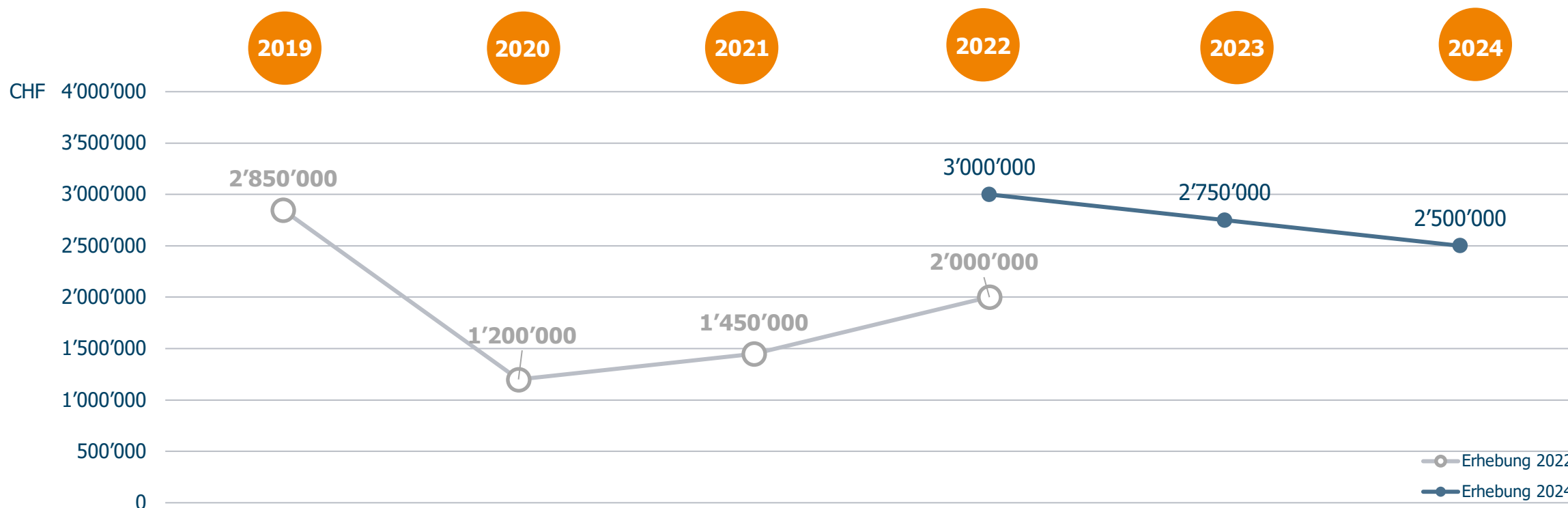
Q6.1.2 Wie hoch waren die Umsätze in den folgenden Zeiträumen? – 2023 | Basis: Total N=78 | Offene, numerische Frage | Median

Q6.6 Wie sieht der Umsatzforecast fürs Jahr 2024 aus? | Basis: Total N=57 | Offene, numerische Frage | Median

*Median = der Wert, der von 50% der Befragten in der Stichprobe, angegeben wird*

# Prognostizierter Umsatzrückschlag für EXPO EVENT Unternehmen für das Jahr 2024, trotz eines guten Jahresumsatzes in 2022.

Entwicklung der Umsätze im Jahresvergleich resp. Forecast 2022 und 2024 - Median



Q6.1.1 Wie hoch waren die Umsätze in den folgenden Zeiträumen? – 2022 | Basis: Total N=26 | Offene, numerische Frage | Median

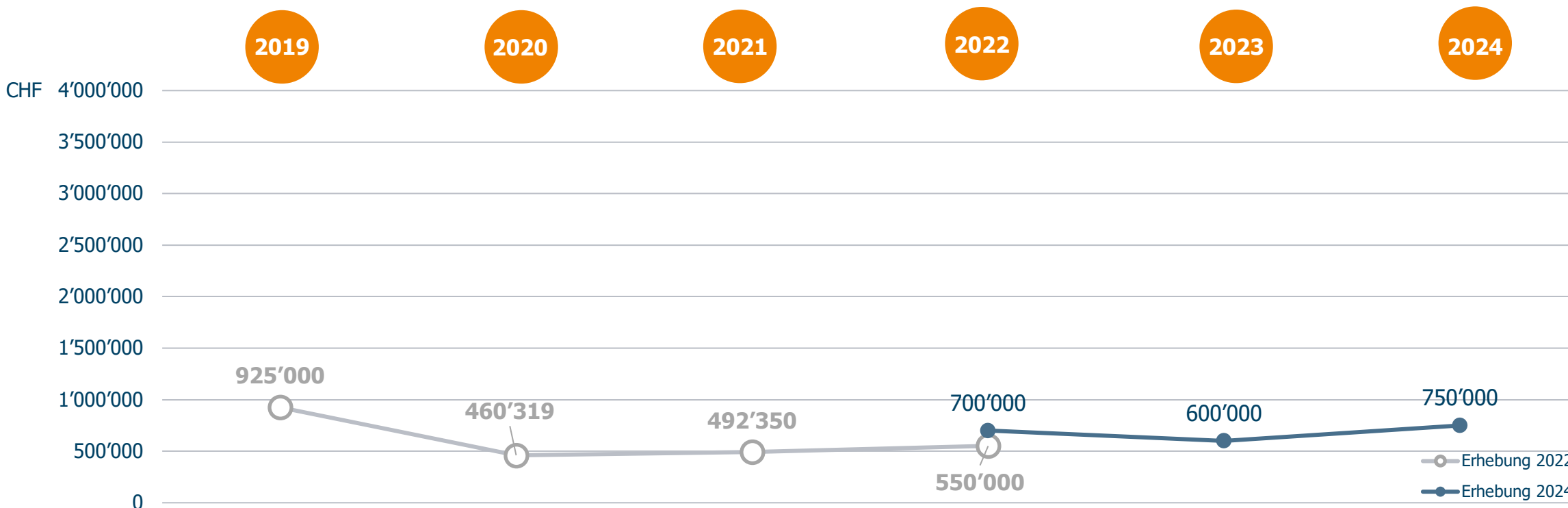
Q6.1.2 Wie hoch waren die Umsätze in den folgenden Zeiträumen? – 2023 | Basis: Total N=25 | Offene, numerische Frage | Median

Q6.6 Wie sieht der Umsatzforecast fürs Jahr 2024 aus? | Basis: Total N=21 | Offene, numerische Frage | Median

*Median = der Wert, der von 50% der Befragten in der Stichprobe, angegeben wird*

# Gemessen an der Prognose fiel das Jahr 2022 für die svtb Unternehmen besser aus. Nach einem Umsatzrückgang in 2023 wird eine Korrektur für dieses Jahr erwartet.

Entwicklung der Umsätze im Jahresvergleich resp. Forecast 2022 und 2024 - Median



Q6.1.1 Wie hoch waren die Umsätze in den folgenden Zeiträumen? – 2022 | Basis: Total N=45 | Offene, numerische Frage | Median

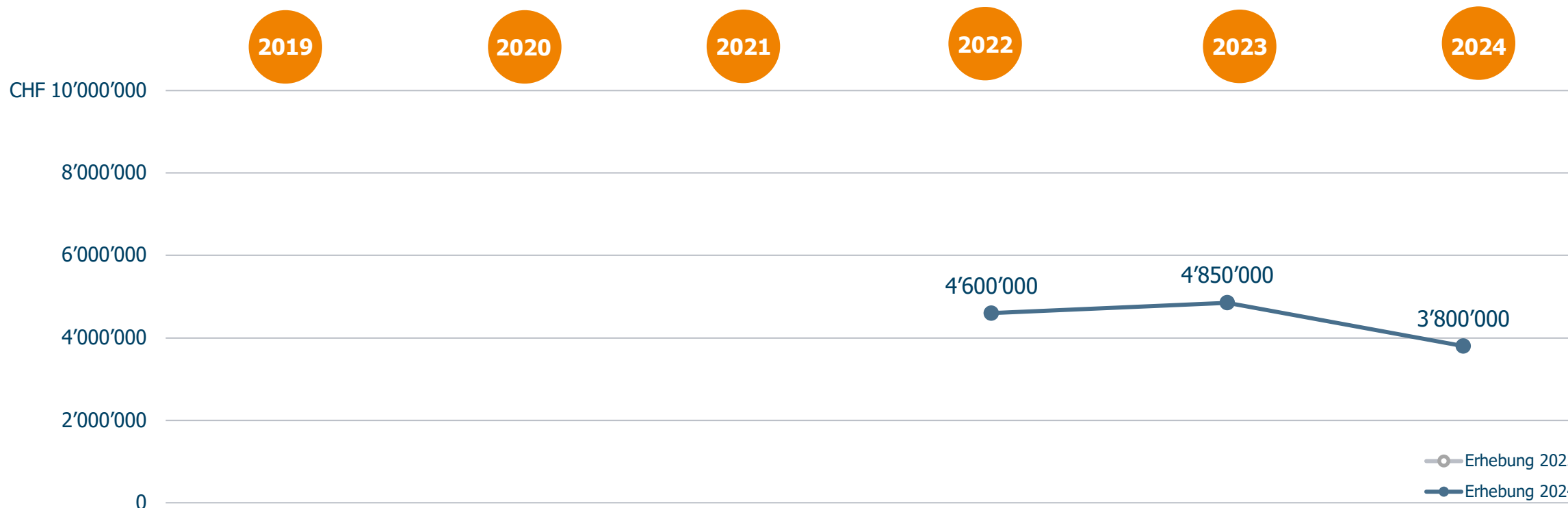
Q6.1.2 Wie hoch waren die Umsätze in den folgenden Zeiträumen? – 2023 | Basis: Total N=43 | Offene, numerische Frage | Median

Q6.6 Wie sieht der Umsatzforecast fürs Jahr 2024 aus? | Basis: Total N=29 | Offene, numerische Frage | Median

*Median = der Wert, der von 50% der Befragten in der Stichprobe, angegeben wird*

# Teilnehmende TECTUM Mitglieder erwarten in 2024 einen starken Umsatzrückgang.

Entwicklung der Umsätze im Jahresvergleich resp. Forecast 2022 und 2024 - Median



Q6.1.1 Wie hoch waren die Umsätze in den folgenden Zeiträumen? – 2022 | Basis: Total N=6 | Offene, numerische Frage | Median | \*sehr geringe Fallzahl

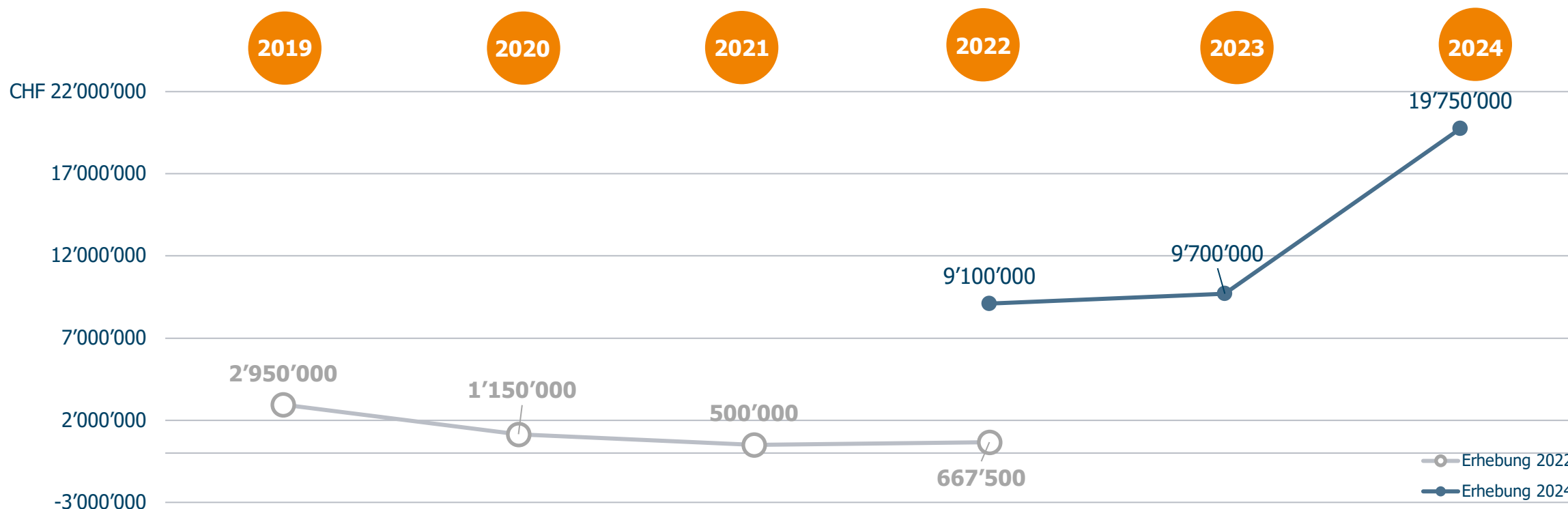
Q6.1.2 Wie hoch waren die Umsätze in den folgenden Zeiträumen? – 2023 | Basis: Total N=6 | Offene, numerische Frage | Median | \*sehr geringe Fallzahl

Q6.6 Wie sieht der Umsatzforecast fürs Jahr 2024 aus? | Basis: Total N=5 | Offene, numerische Frage | Median | \*sehr geringe Fallzahl

*Median = der Wert, der von 50% der Befragten in der Stichprobe, angegeben wird*

## Durch die geringe Teilnehmenden VSSA Unternehmen sind die Umsatzzahlen des Verbandes schwer interpretierbar.

Entwicklung der Umsätze im Jahresvergleich resp. Forecast 2022 und 2024 - Median



Q6.1.1 Wie hoch waren die Umsätze in den folgenden Zeiträumen? – 2022 | Basis: Total N=4 | Offene, numerische Frage | Median | \*sehr geringe Fallzahl

Q6.1.2 Wie hoch waren die Umsätze in den folgenden Zeiträumen? – 2023 | Basis: Total N=4 | Offene, numerische Frage | Median | \*sehr geringe Fallzahl

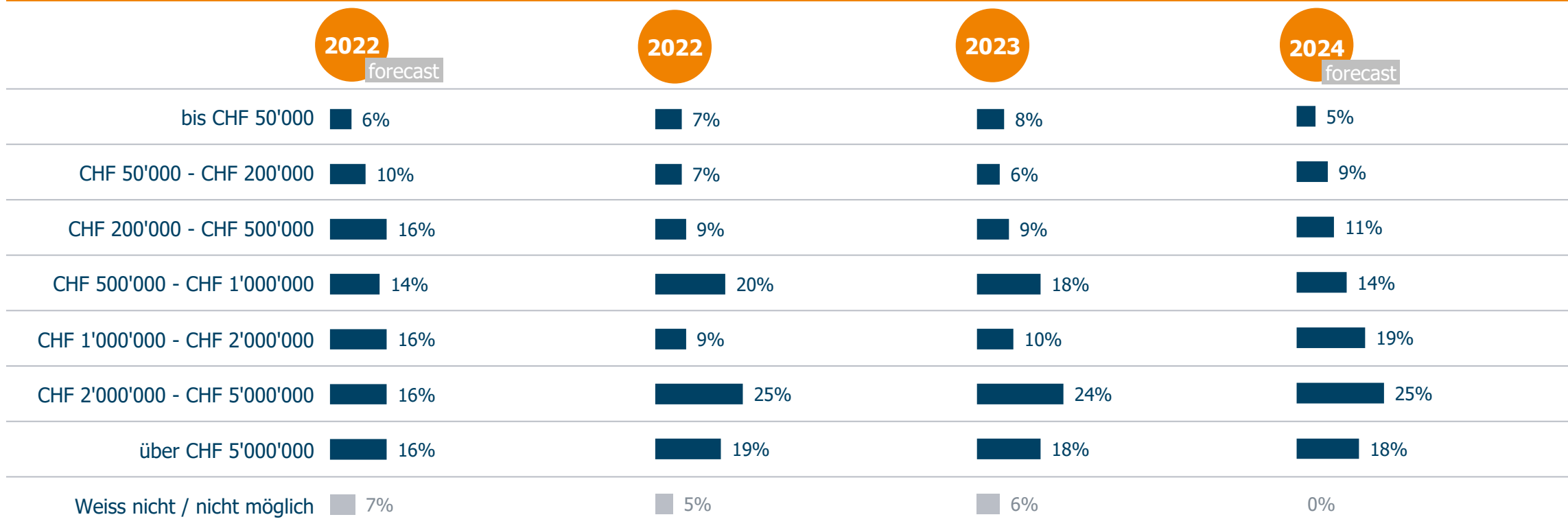
Q6.6 Wie sieht der Umsatzforecast fürs Jahr 2024 aus? | Basis: Total N=2 | Offene, numerische Frage | Median | \*sehr geringe Fallzahl

*Median = der Wert, der von 50% der Befragten in der Stichprobe, angegeben wird*



## Der Anteil der Unternehmen mit einem Umsatz über zwei Millionen CHF hat sich positiv und gegen den Forecast für 2022 entwickelt.

### Umsätze im Jahresvergleich & Forecast



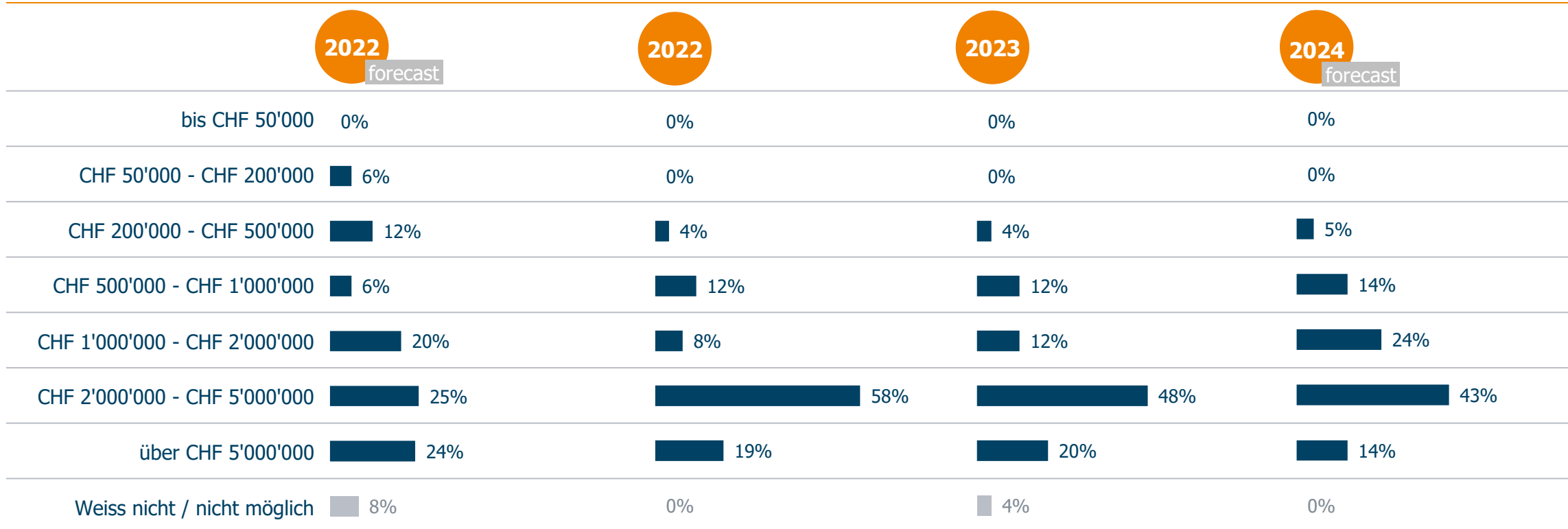
Q6.1.1 Wie hoch waren die Umsätze in den folgenden Zeiträumen? – 2022 | Basis: Total N=81 | Offene, numerische Frage | Angaben in %

Q6.1.2 Wie hoch waren die Umsätze in den folgenden Zeiträumen? – 2023 | Basis: Total N=78 | Offene, numerische Frage | Angaben in %

Q6.6 Wie sieht der Umsatzforecast fürs Jahr 2024 aus? | Basis: Total N=57 | Offene, numerische Frage | Angaben in %

# Rund drei Viertel der EXPO EVENT Mitglieder hatten in den letzten zwei Jahren einen Umsatz über zwei Millionen CHF. Der Forecast 2024 fällt leicht defensiver aus.

## Umsätze im Jahresvergleich & Forecast



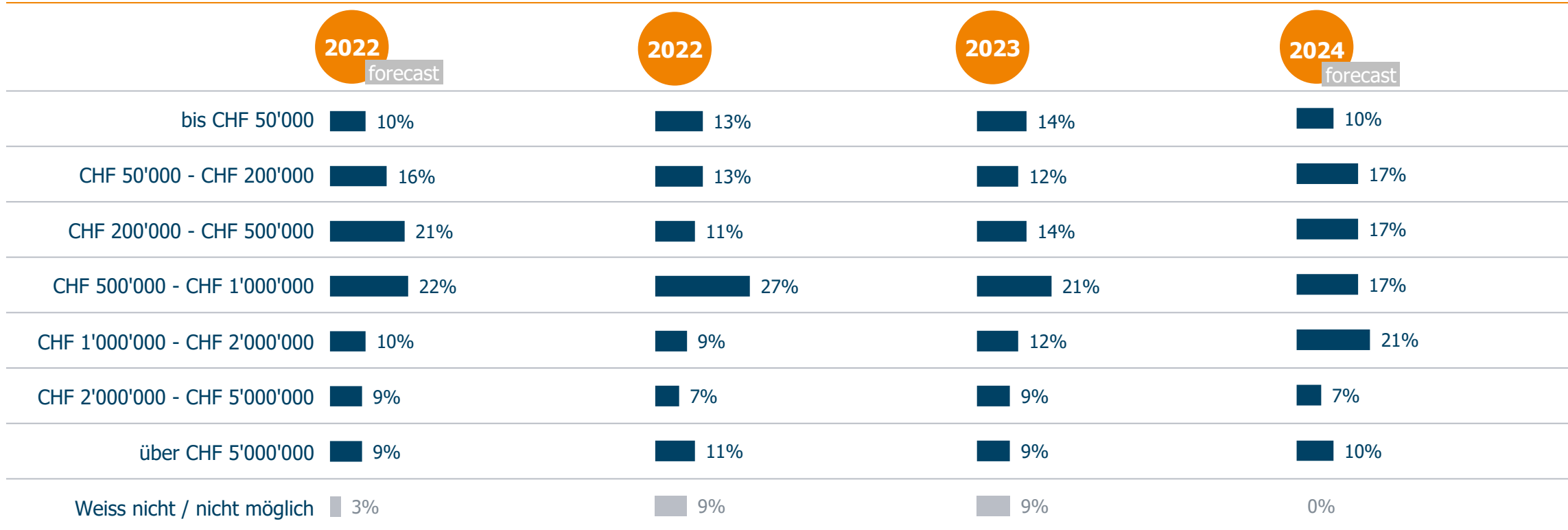
Q6.1.1 Wie hoch waren die Umsätze in den folgenden Zeiträumen? – 2022 | Basis: Total N=26 | Offene, numerische Frage | Angaben in %

Q6.1.2 Wie hoch waren die Umsätze in den folgenden Zeiträumen? – 2023 | Basis: Total N=25 | Offene, numerische Frage | Angaben in %

Q6.6 Wie sieht der Umsatzforecast fürs Jahr 2024 aus? | Basis: Total N=21 | Offene, numerische Frage | Angaben in %

# Unternehmen im svtb kennzeichnet eine breite Streuung der Umsatzvolumina. Der Forecast 2024 geht von mehr Umsatz zwischen einer und zwei Millionen CHF aus.

## Umsätze im Jahresvergleich & Forecast



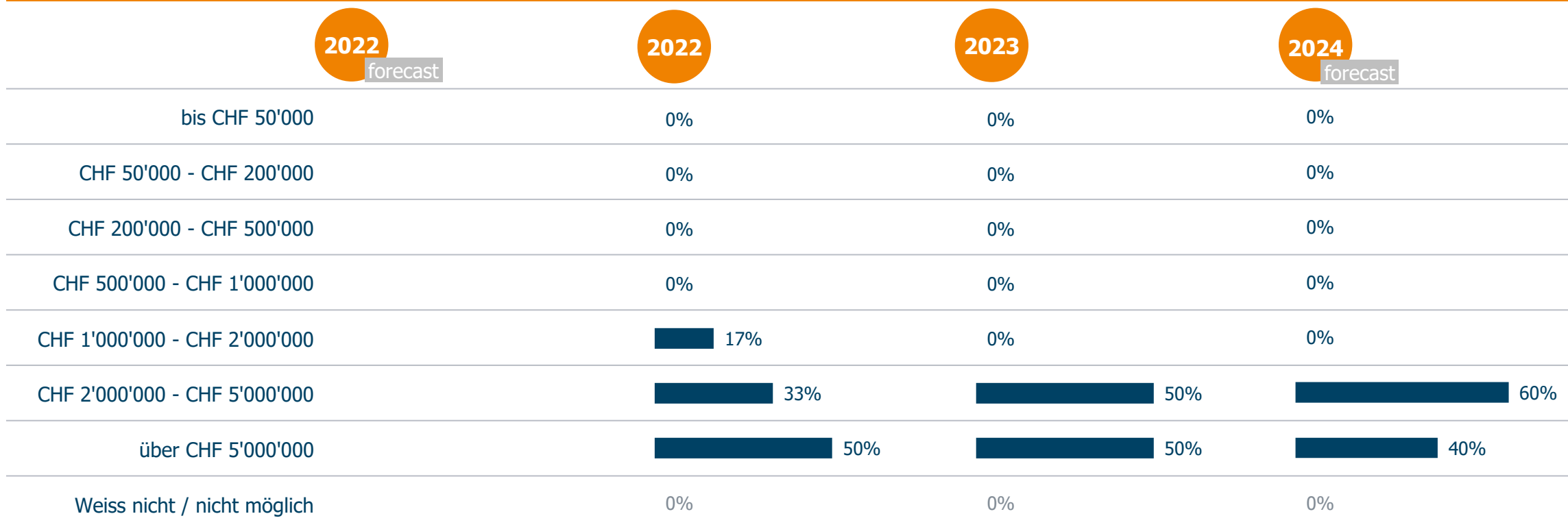
Q6.1.1 Wie hoch waren die Umsätze in den folgenden Zeiträumen? – 2022 | Basis: Total N=45 | Offene, numerische Frage | Angaben in %

Q6.1.2 Wie hoch waren die Umsätze in den folgenden Zeiträumen? – 2023 | Basis: Total N=43 | Offene, numerische Frage | Angaben in %

Q6.6 Wie sieht der Umsatzforecast fürs Jahr 2024 aus? | Basis: Total N=29 | Offene, numerische Frage | Angaben in %

## Generell sind Umsätze bei TECTUM Mitgliedern grösser als zwei Millionen CHF.

### Umsätze im Jahresvergleich & Forecast



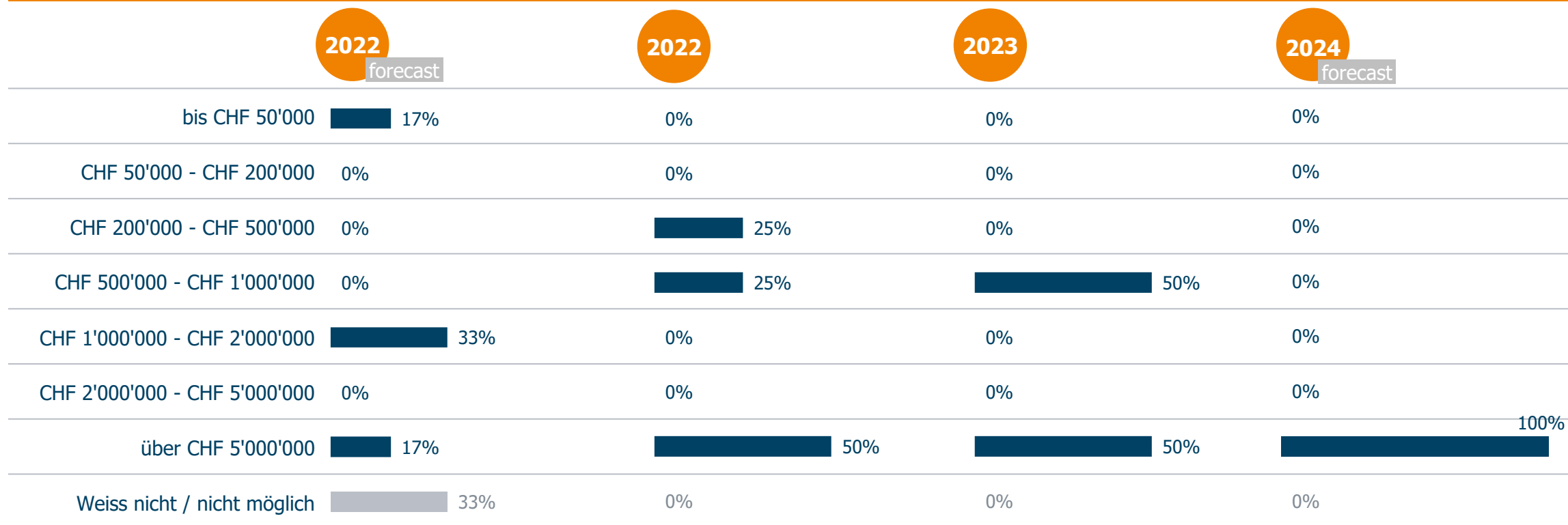
Q6.1.1 Wie hoch waren die Umsätze in den folgenden Zeiträumen? – 2022 | Basis: Total N=6 | Offene, numerische Frage | Angaben in % | \*sehr geringe Fallzahl

Q6.1.2 Wie hoch waren die Umsätze in den folgenden Zeiträumen? – 2023 | Basis: Total N=6 | Offene, numerische Frage | Angaben in % | \*sehr geringe Fallzahl

Q6.6 Wie sieht der Umsatzforecast fürs Jahr 2024 aus? | Basis: Total N=5 | Offene, numerische Frage | Angaben in % | \*sehr geringe Fallzahl

# Tendenziell ist bei VSSA von einer positiven Entwicklung der Umsätze auszugehen.

## Umsätze im Jahresvergleich & Forecast



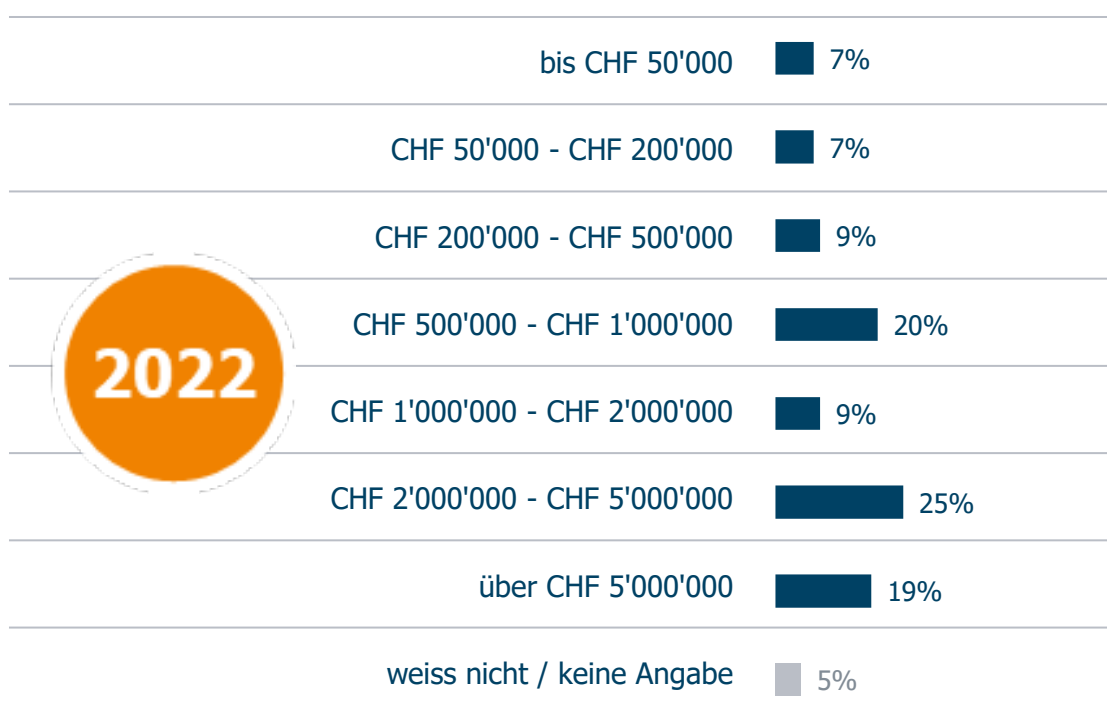
Q6.1.1 Wie hoch waren die Umsätze in den folgenden Zeiträumen? – 2022 | Basis: Total N=4 | Offene, numerische Frage | Angaben in % | \*sehr geringe Fallzahl

Q6.1.2 Wie hoch waren die Umsätze in den folgenden Zeiträumen? – 2023 | Basis: Total N=4 | Offene, numerische Frage | Angaben in % | \*sehr geringe Fallzahl

Q6.6 Wie sieht der Umsatzforecast fürs Jahr 2024 aus? | Basis: Total N=2 | Offene, numerische Frage | Angaben in % | \*sehr geringe Fallzahl

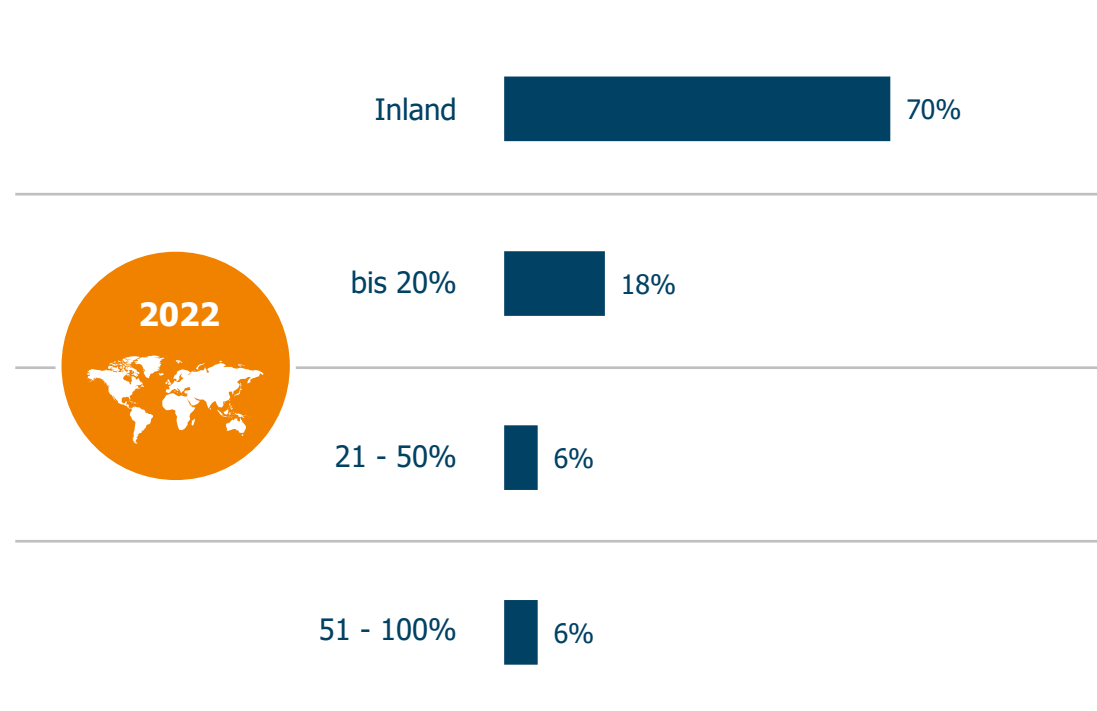
# Über die Gesamtbranche hat über die Hälfte der Befragten in 2022 einen Umsatz von über einer Million CHF. 70% der Unternehmen erzielen den Umsatz in der Schweiz.

## Höhe des Umsatzes 2022



Q6.1.1 Wie hoch waren die Umsätze in den folgenden Zeiträumen? – 2022  
Basis: Total N=81 | Offene, numerische Frage | Angaben in %

## Davon % im Ausland



Q6.1.1 Wie hoch waren die Umsätze in den folgenden Zeiträumen? – 2022 – Davon im Ausland  
Basis: Total N=66 | Offene, numerische Frage | Angaben in %

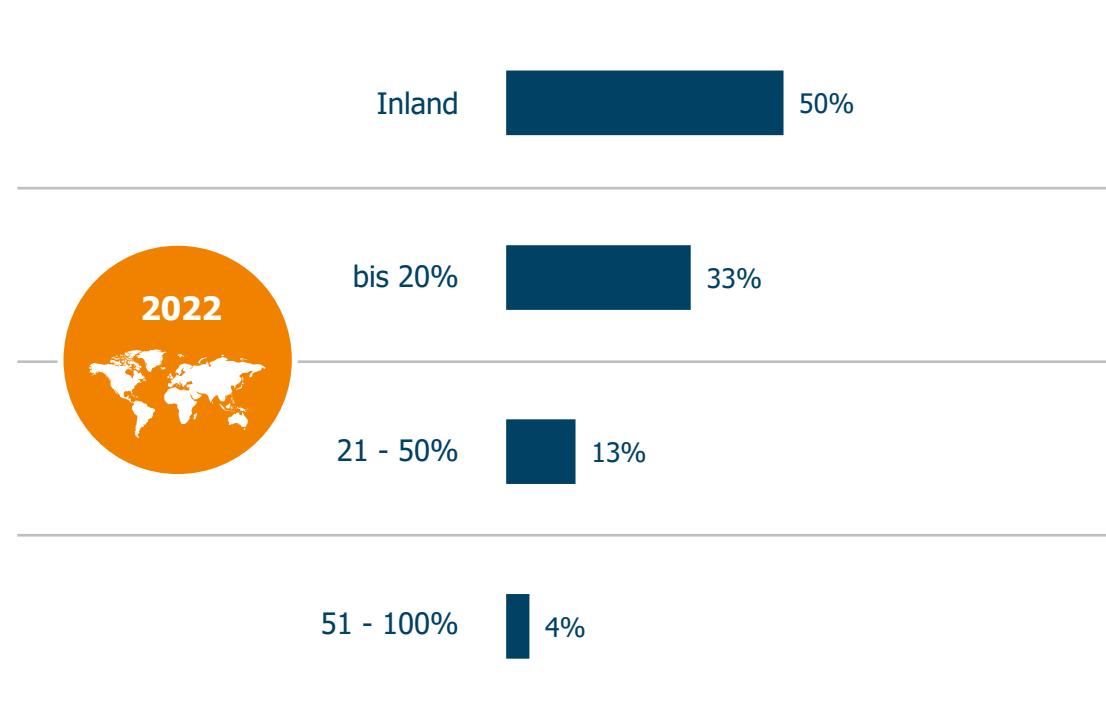
# Der Grossteil der EXPO EVENT Befragten hatten in 2022 einen Umsatz von über zwei Million CHF. Die Hälfte des Umsatzes wurde im Ausland realisiert.

## Höhe des Umsatzes 2022



Q6.1.1 Wie hoch waren die Umsätze in den folgenden Zeiträumen? – 2022  
Basis: Total N=26 | Offene, numerische Frage | Angaben in %

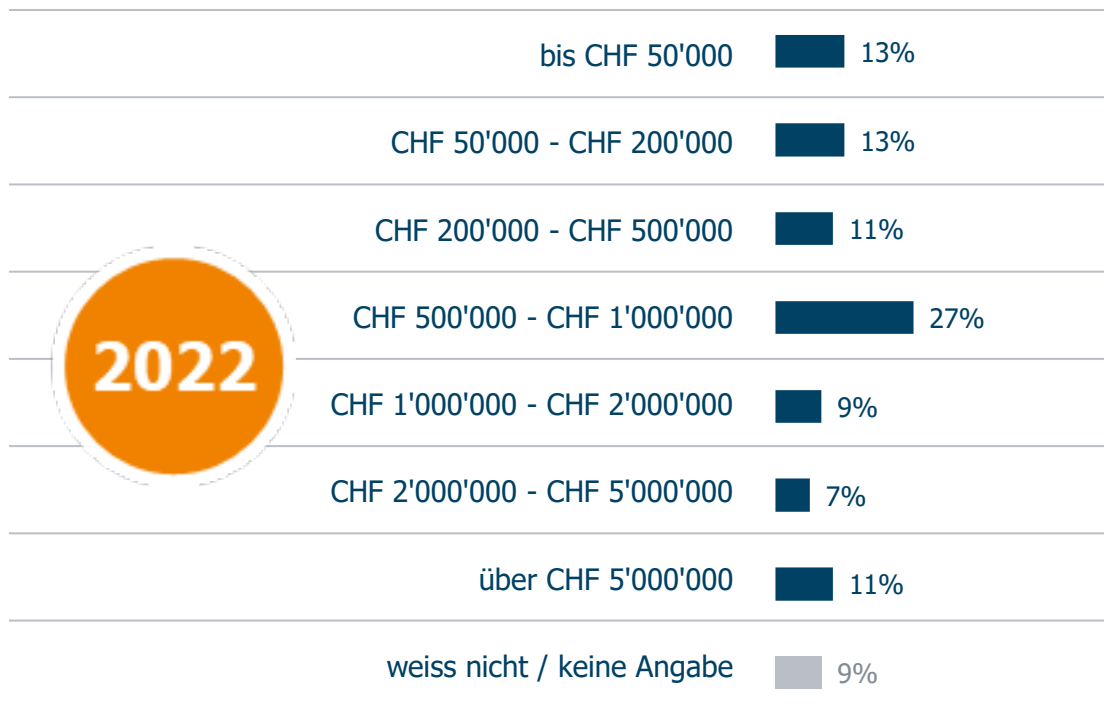
## Davon % im Ausland



Q6.1.1 Wie hoch waren die Umsätze in den folgenden Zeiträumen? – 2022 – Davon im Ausland  
Basis: Total N=24 | Offene, numerische Frage | Angaben in %

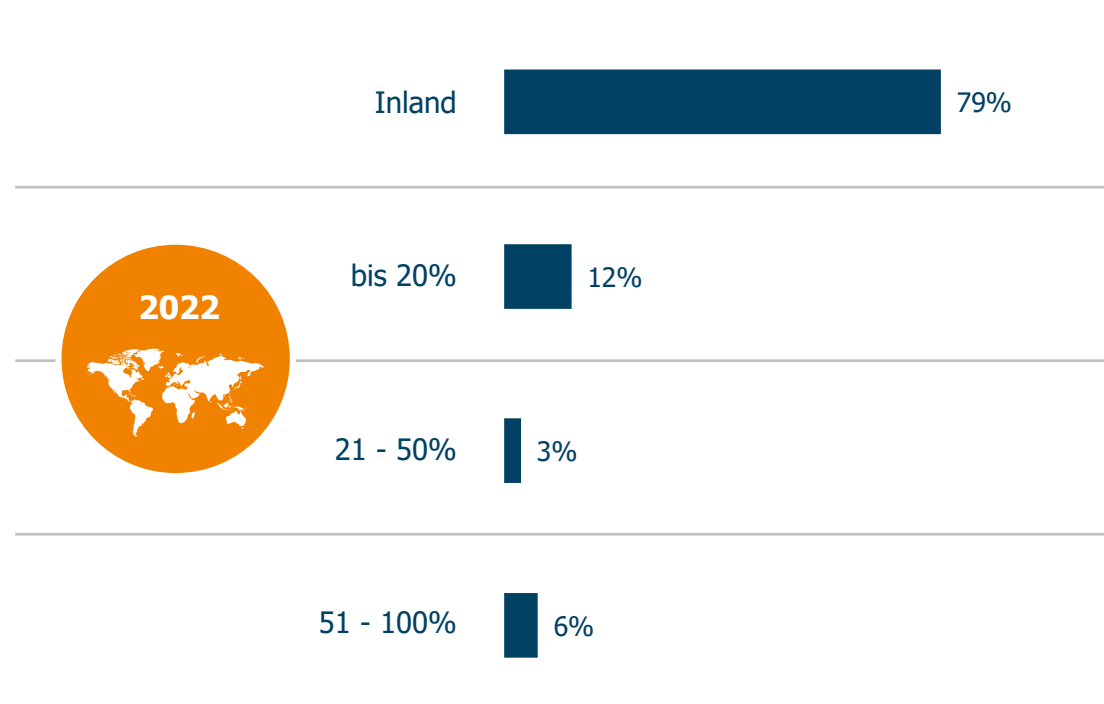
# Die Umsätze 2022 im svtb sind auf einem geringeren Niveau, dafür aber in der Grösse gestreut. Nur wenige Unternehmen sind im Ausland tätig.

## Höhe des Umsatzes 2022



Q6.1.1 Wie hoch waren die Umsätze in den folgenden Zeiträumen? – 2022  
Basis: Total N=45 | Offene, numerische Frage | Angaben in %

## Davon % im Ausland

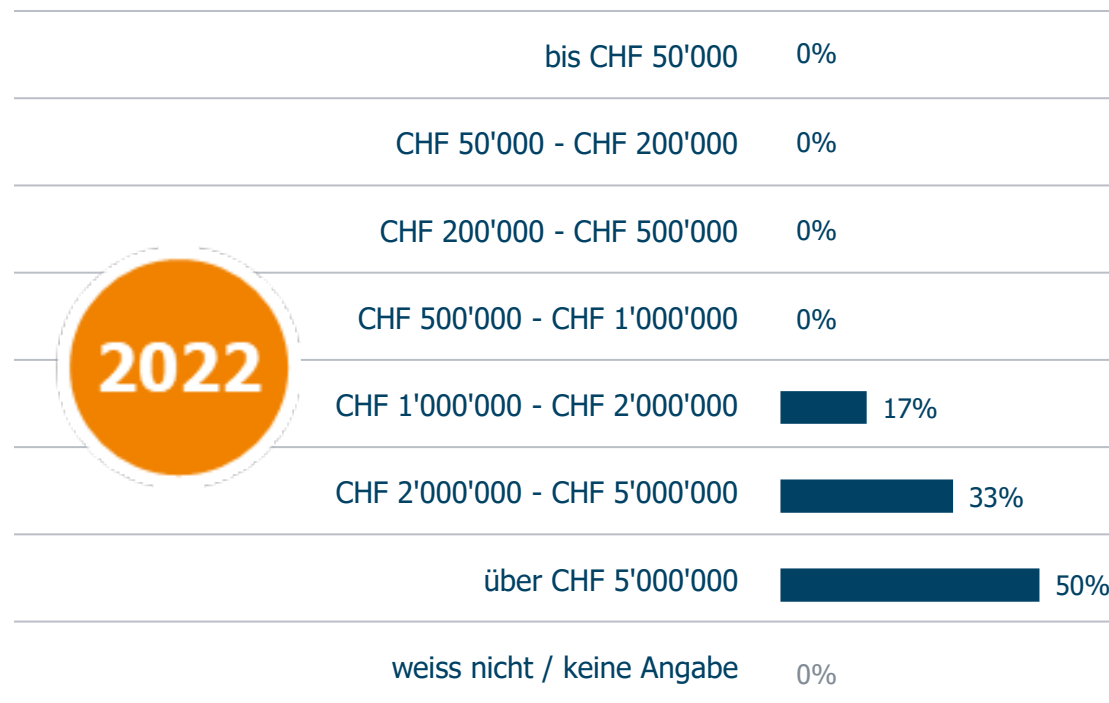


Q6.1.1 Wie hoch waren die Umsätze in den folgenden Zeiträumen? – 2022 – Davon im Ausland  
Basis: Total N=33 | Offene, numerische Frage | Angaben in %



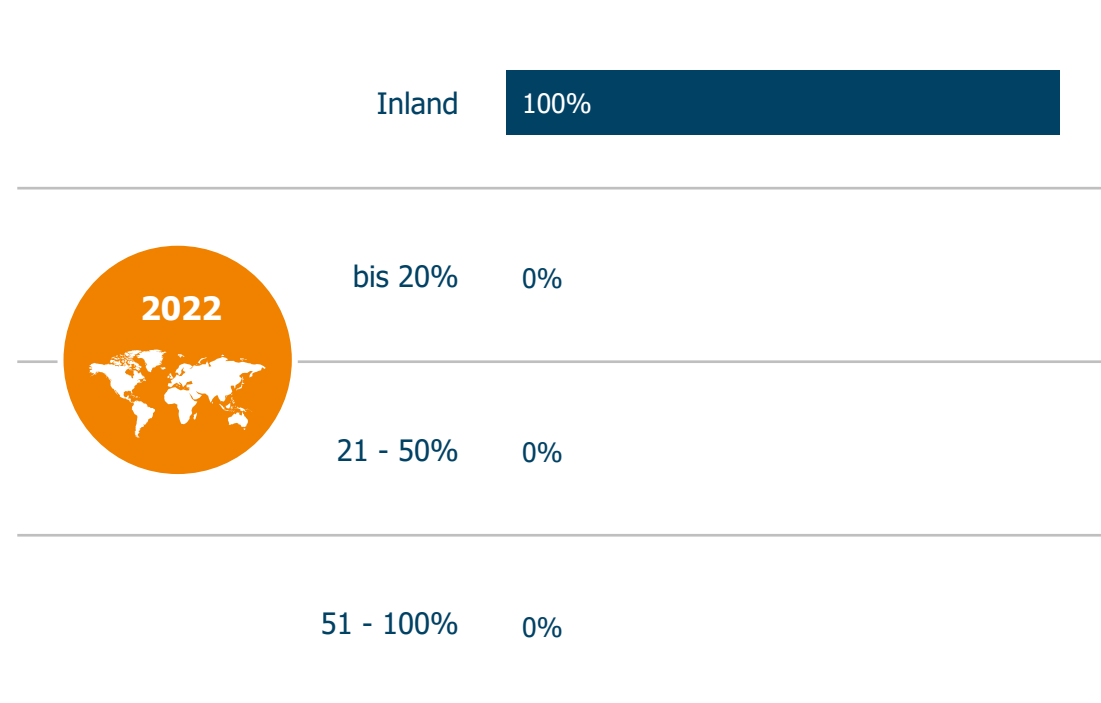
# TECTUM Mitglieder realisieren die Umsätze im Inland.

## Höhe des Umsatzes 2022



Q6.1.1 Wie hoch waren die Umsätze in den folgenden Zeiträumen? – 2022  
 Basis: Total N=6 | Offene, numerische Frage | Angaben in % | \*sehr geringe Fallzahl

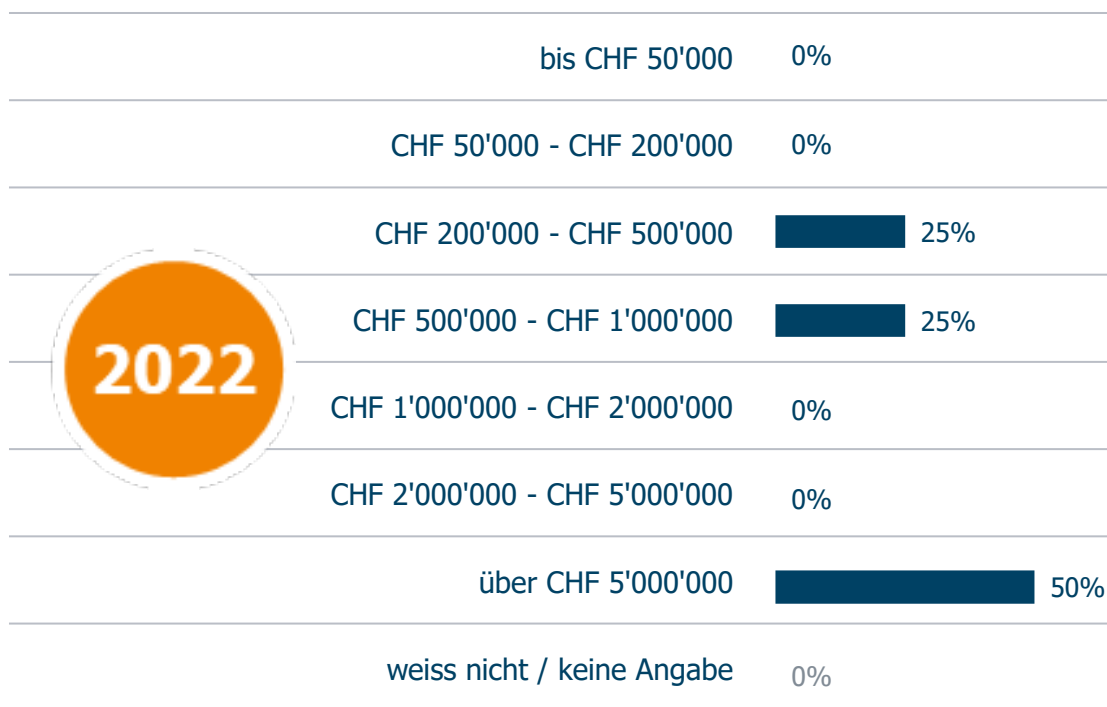
## Davon % im Ausland



Q6.1.1 Wie hoch waren die Umsätze in den folgenden Zeiträumen? – 2022 – Davon im Ausland  
 Basis: Total N=5 | Offene, numerische Frage | Angaben in % | \*sehr geringe Fallzahl

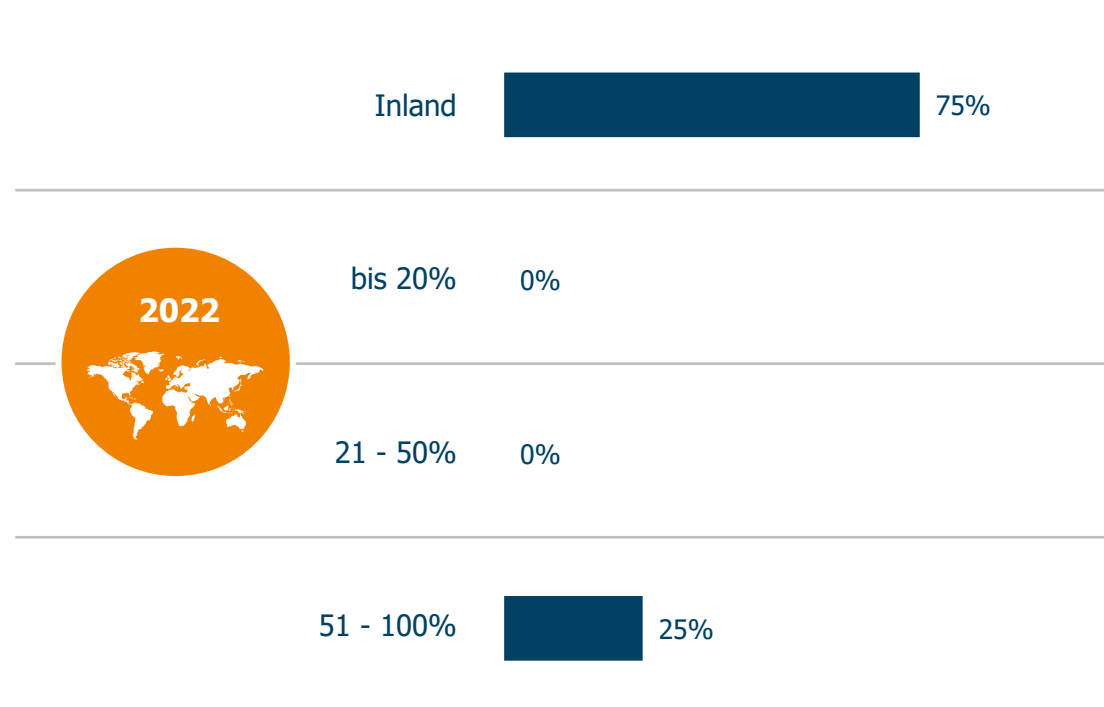
# 2022 erzielten die Hälfte der VSSA befragten Mitglieder über 5 Millionen Umsatz, überwiegend im Inland.

## Höhe des Umsatzes 2022



Q6.1.1 Wie hoch waren die Umsätze in den folgenden Zeiträumen? – 2022  
Basis: Total N=4 | Offene, numerische Frage | Angaben in % | \*sehr geringe Fallzahl

## Davon % im Ausland



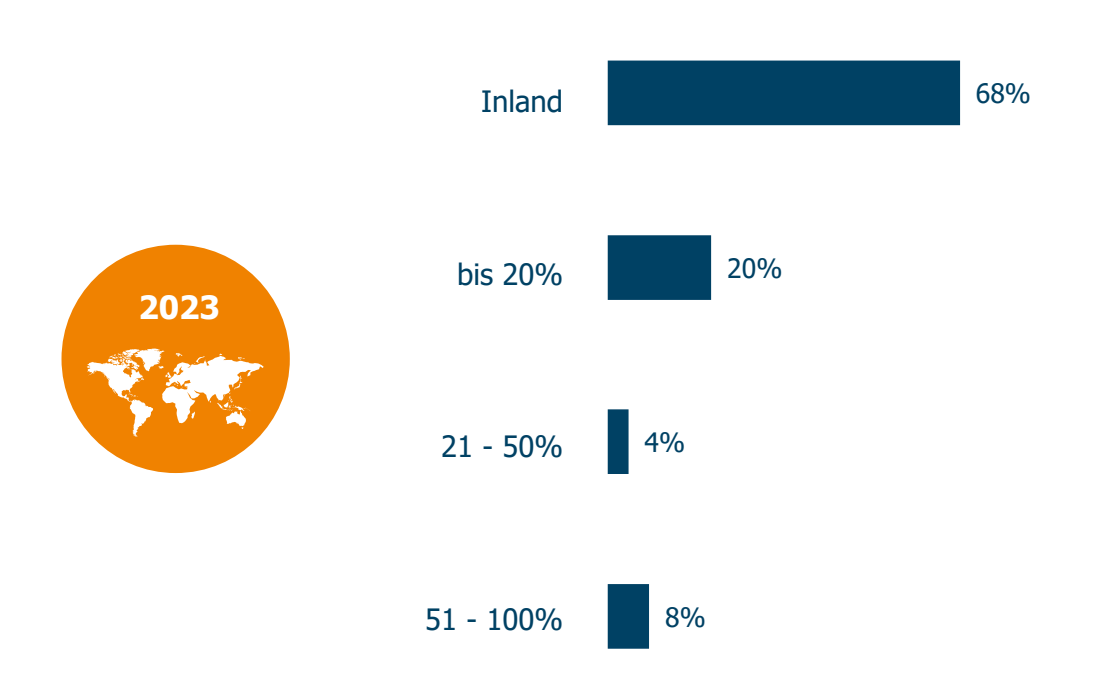
Q6.1.1 Wie hoch waren die Umsätze in den folgenden Zeiträumen? – 2022 – Davon im Ausland  
Basis: Total N=4 | Offene, numerische Frage | Angaben in % | \*sehr geringe Fallzahl

# Über die gesamte Branche bleibt die Umsatzhöhe stabil. Lediglich ein Drittel vom Umsatz wird im Ausland erwirtschaftet.

## Höhe des Umsatzes 2023



## Davon % im Ausland

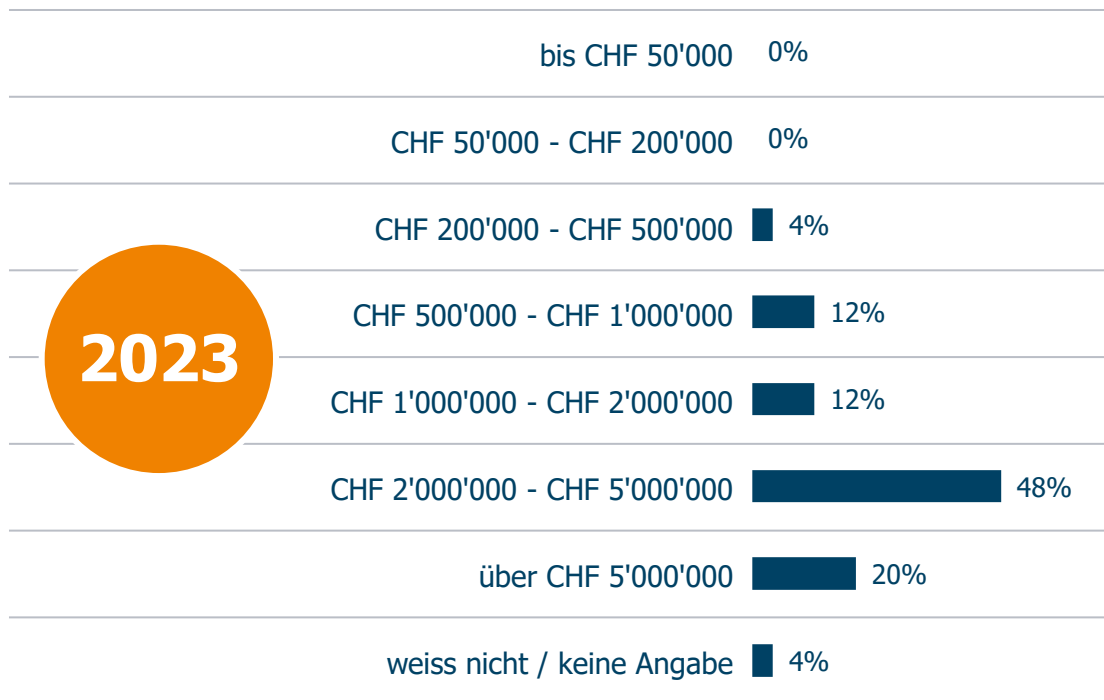


Q6.1.2 Wie hoch waren die Umsätze in den folgenden Zeiträumen? – 2023  
Basis: Total N=78 | Offene, numerische Frage | Angaben in %

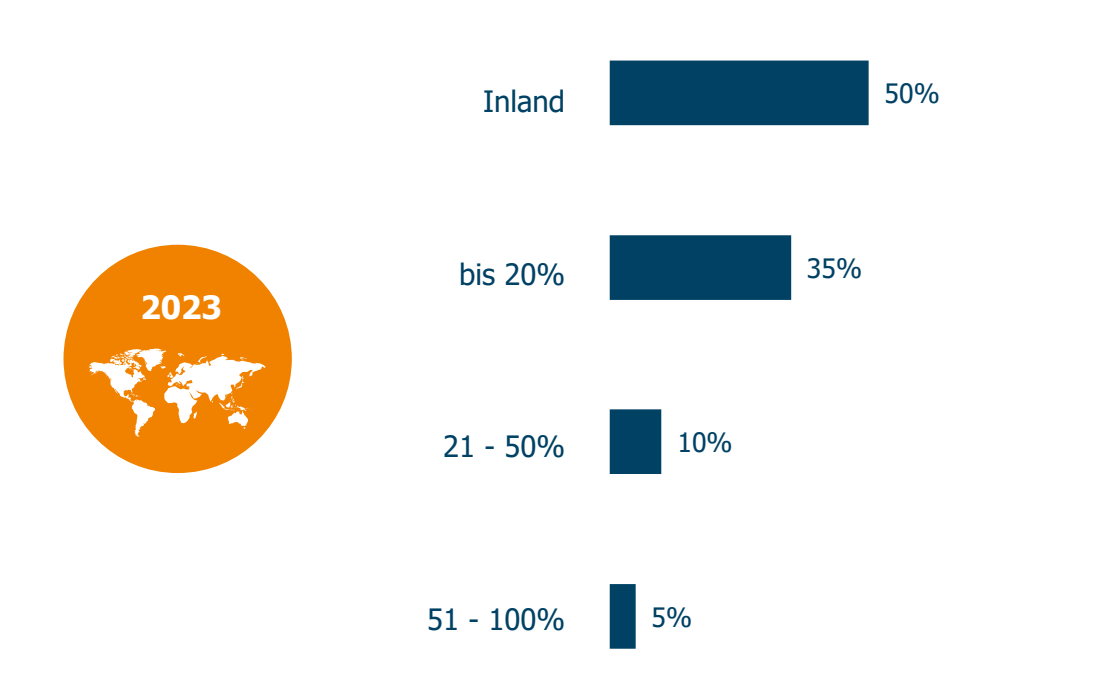
Q6.1.2 Wie hoch waren die Umsätze in den folgenden Zeiträumen? – 2023 – Davon im Ausland  
Basis: Total N=50 | Offene, numerische Frage | Angaben in %

# Bei EXPO EVENT ist in 2023 der Anteil der Unternehmen mit einem Umsatz über zwei Millionen CHF zurückgegangen. Die Hälfte wird nach wie vor im Inland umgesetzt.

## Höhe des Umsatzes 2023



## Davon % im Ausland

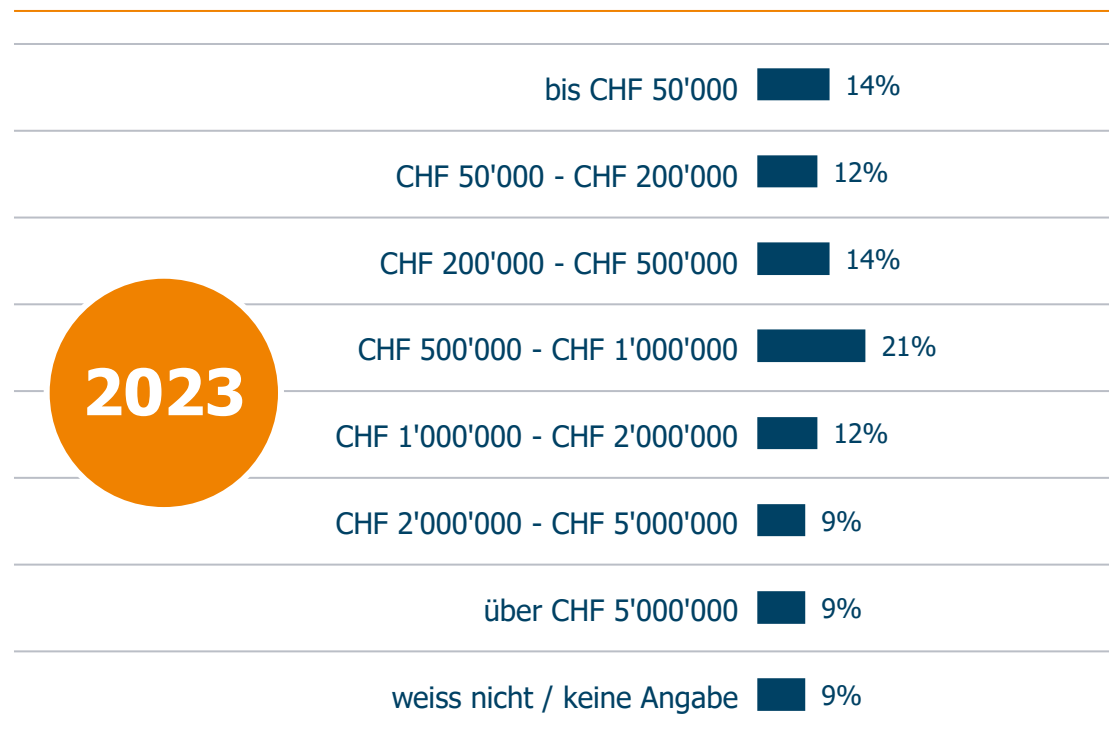


Q6.1.2 Wie hoch waren die Umsätze in den folgenden Zeiträumen? – 2023  
Basis: Total N=25 | Offene, numerische Frage | Angaben in %

Q6.1.2 Wie hoch waren die Umsätze in den folgenden Zeiträumen? – 2023 – Davon im Ausland  
Basis: Total N=20 | Offene, numerische Frage | Angaben in %

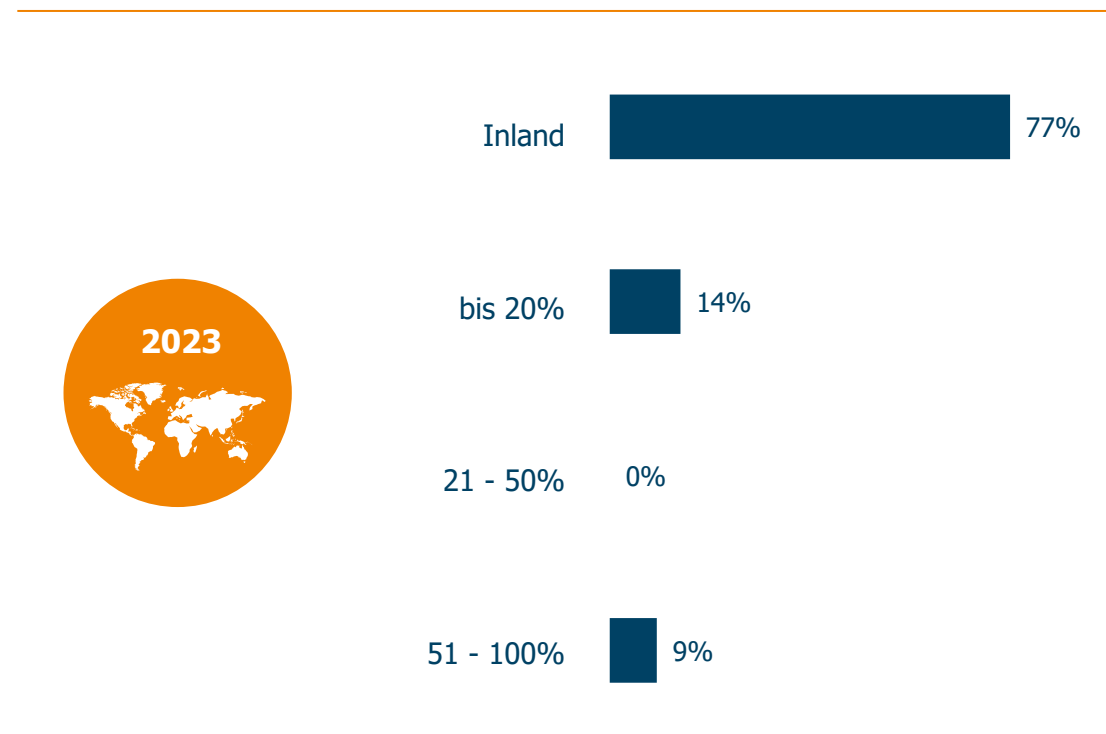
# Verglichen am Umsatz sind svtb Mitglieder ziemlich heterogen, die meisten erwirtschaften bis einer Million CHF, überwiegend im Inland.

## Höhe des Umsatzes 2023



Q6.1.2 Wie hoch waren die Umsätze in den folgenden Zeiträumen? – 2023  
Basis: Total N=43 | Offene, numerische Frage | Angaben in %

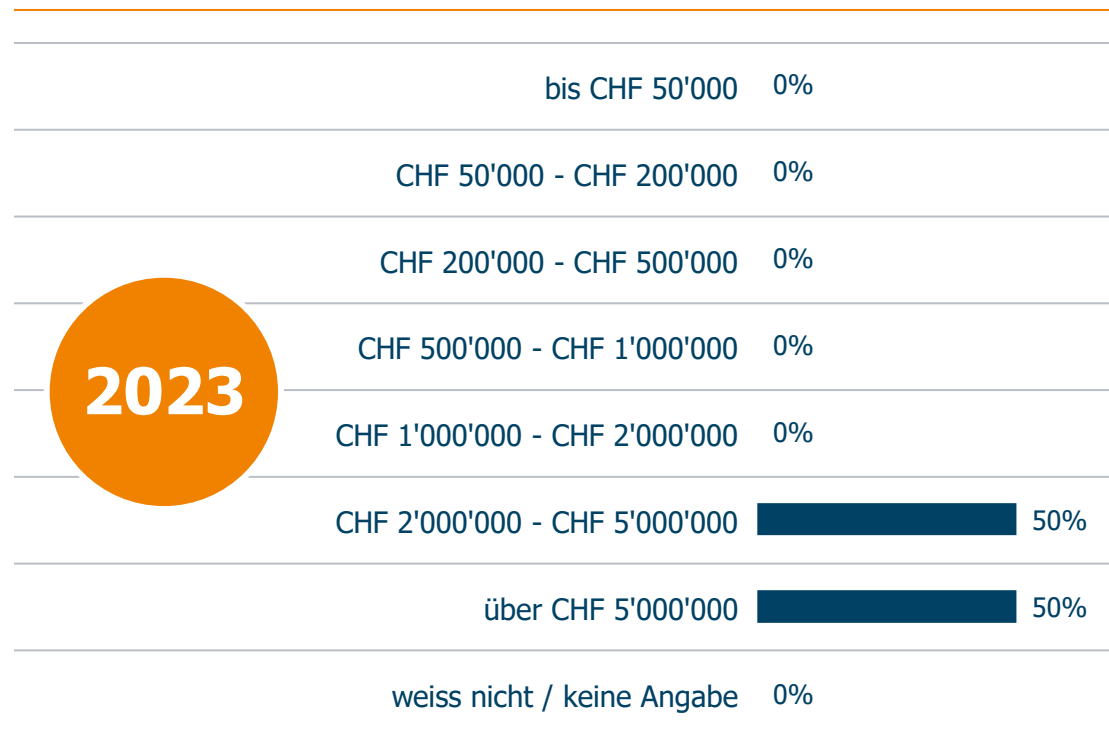
## Davon % im Ausland



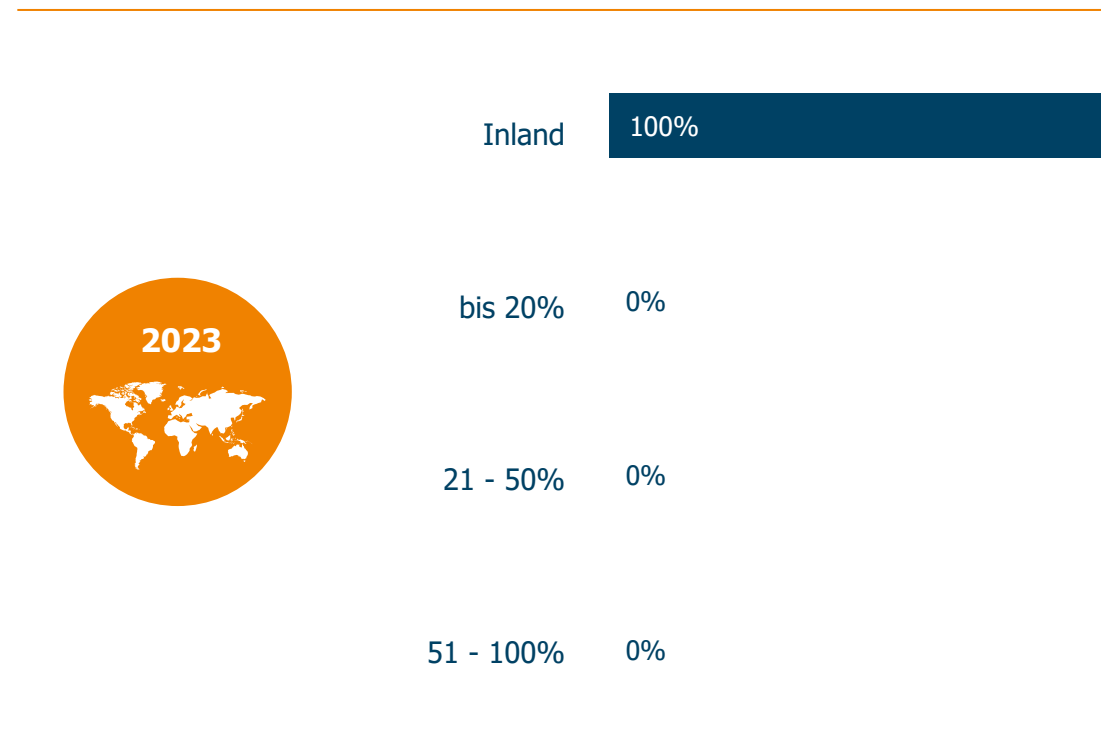
Q6.1.2 Wie hoch waren die Umsätze in den folgenden Zeiträumen? – 2023 – Davon im Ausland  
Basis: Total N=22 | Offene, numerische Frage | Angaben in %

# TECTUM - Mitglieder mit grossen inländischen Jahresumsätzen.

## Höhe des Umsatzes 2023



## Davon % im Ausland

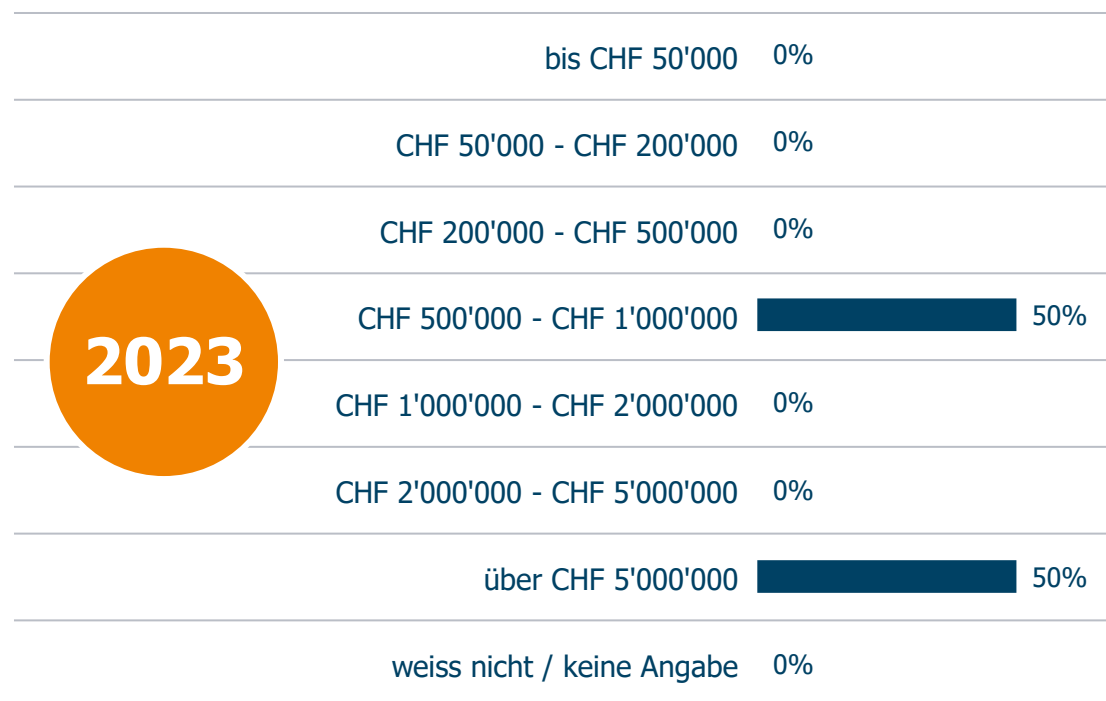


Q6.1.2 Wie hoch waren die Umsätze in den folgenden Zeiträumen? – 2023  
 Basis: Total N=6 | Offene, numerische Frage | Angaben in % | \*sehr geringe Fallzahl

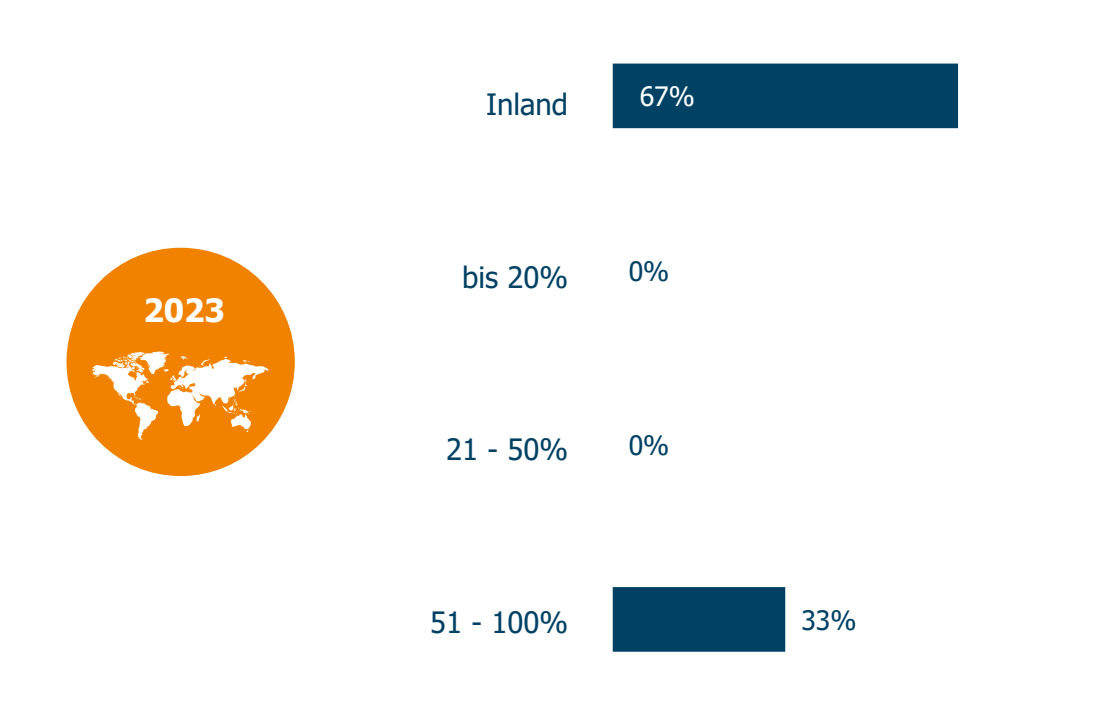
Q6.1.2 Wie hoch waren die Umsätze in den folgenden Zeiträumen? – 2023 – Davon im Ausland  
 Basis: Total N=5 | Offene, numerische Frage | Angaben in % | \*sehr geringe Fallzahl

# Auch in 2023 realisiert die Hälfte der Mitglieder über 5 Millionen Jahresumsatz, ein Drittel im Ausland.

## Höhe des Umsatzes 2023



## Davon % im Ausland

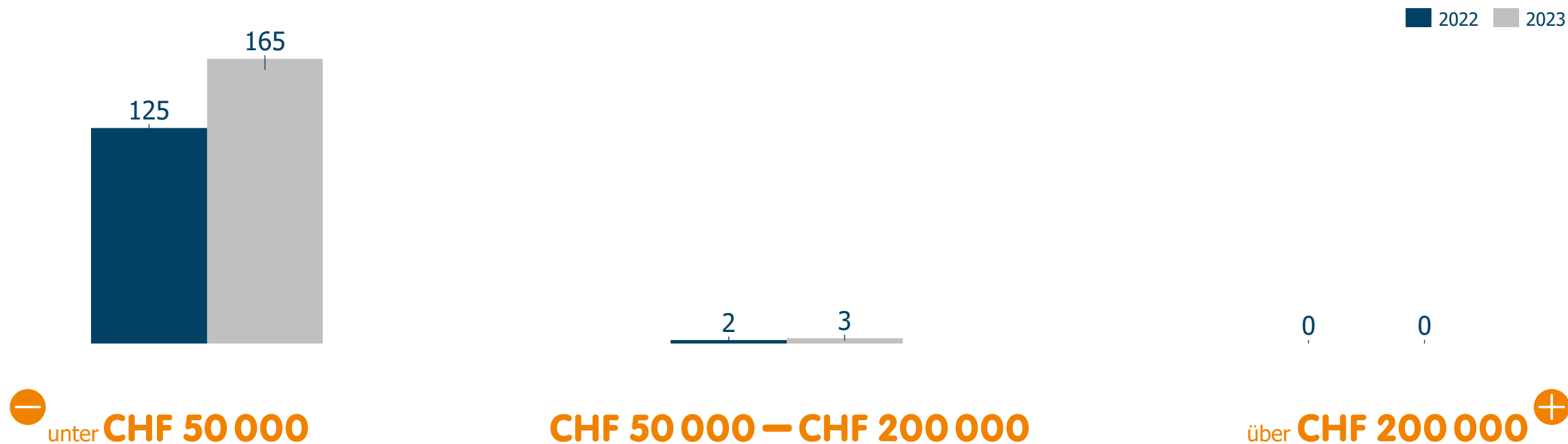


Q6.1.2 Wie hoch waren die Umsätze in den folgenden Zeiträumen? – 2023  
 Basis: Total N=4 | Offene, numerische Frage | Angaben in % | \*sehr geringe Fallzahl

Q6.1.2 Wie hoch waren die Umsätze in den folgenden Zeiträumen? – 2023 – Davon im Ausland  
 Basis: Total N=3 | Offene, numerische Frage | Angaben in % | \*sehr geringe Fallzahl

## Alles in Allem haben realisierte Projekte einen Umsatz unter CHF 50'000.

Anzahl Projekte, die in den Jahren 2022 und 2023 realisiert wurden - Median



Q6.2.1 Wie hat sich die Situation der Projekte im Jahr 2022 nach der Pandemie gestaltet? Und wie war die Situation der Projekte in 2023?  
Anzahl Projekte unter CHF 50'000 Umsatz  
Basis: Total N=50 | Offene, numerische Frage | Median (wird von 50% der Befragten in der Stichprobe angegeben)

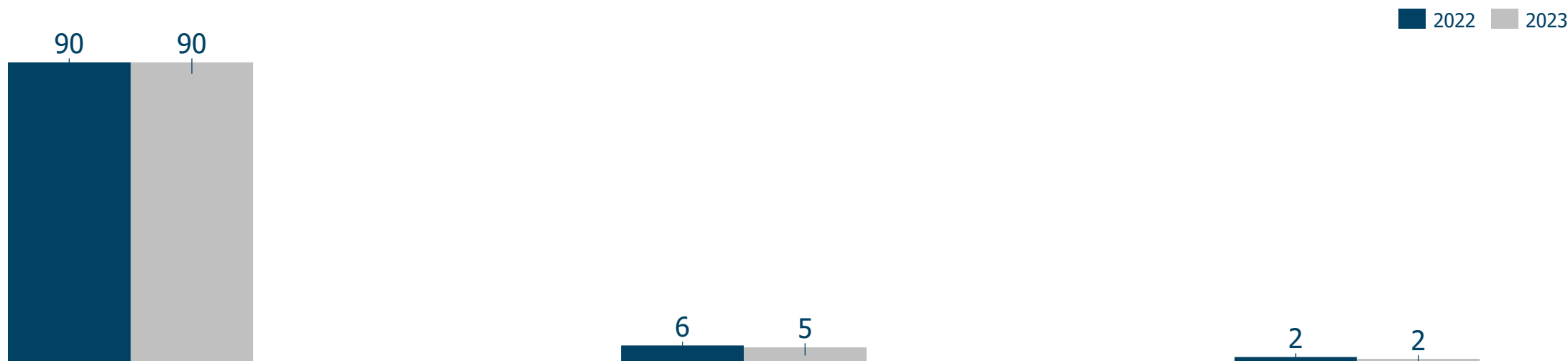
Q6.2.1 Wie hat sich die Situation der Projekte im Jahr 2022 nach der Pandemie gestaltet? Und wie war die Situation der Projekte in 2023?  
Anzahl Projekte zw. CHF 50'000 und CHF 200'000 Umsatz  
Basis: Total N=47 | Offene, numerische Frage | Median (wird von 50% der Befragten in der Stichprobe angegeben)

Q6.2.1 Wie hat sich die Situation der Projekte im Jahr 2022 nach der Pandemie gestaltet? Und wie war die Situation der Projekte in 2023?  
Anzahl Projekte über CHF 200'000 Umsatz  
Basis: Total N=46 | Offene, numerische Frage | Median (wird von 50% der Befragten in der Stichprobe angegeben)



# Bei EXPO EVENT wenig realisierte Projekte mit einem Umsatz über CHF 50'000.

Anzahl Projekte, die in den Jahren 2022 und 2023 realisiert wurden - Median



**-** unter CHF 50 000

CHF 50 000 – CHF 200 000

über CHF 200 000 **+**

Q6.2.1 Wie hat sich die Situation der Projekte im Jahr 2022 nach der Pandemie gestaltet? Und wie war die Situation der Projekte in 2023?  
Anzahl Projekte unter CHF 50'000 Umsatz  
Basis: Total N=17 | Offene, numerische Frage | Median (wird von 50% der Befragten in der Stichprobe angegeben)

Q6.2.1 Wie hat sich die Situation der Projekte im Jahr 2022 nach der Pandemie gestaltet? Und wie war die Situation der Projekte in 2023?  
Anzahl Projekte zw. CHF 50'000 und CHF 200'000 Umsatz  
Basis: Total N=16 | Offene, numerische Frage | Median (wird von 50% der Befragten in der Stichprobe angegeben)

Q6.2.1 Wie hat sich die Situation der Projekte im Jahr 2022 nach der Pandemie gestaltet? Und wie war die Situation der Projekte in 2023?  
Anzahl Projekte über CHF 200'000 Umsatz  
Basis: Total N=16 | Offene, numerische Frage | Median (wird von 50% der Befragten in der Stichprobe angegeben)

# Ein Charakteristikum bei svtb sind Projekte mit einem Umsatz unter CHF 50'000.

Anzahl Projekte, die in den Jahren 2022 und 2023 realisiert wurden - Median



**–** unter CHF 50 000

**CHF 50 000 – CHF 200 000**

über CHF 200 000 **+**

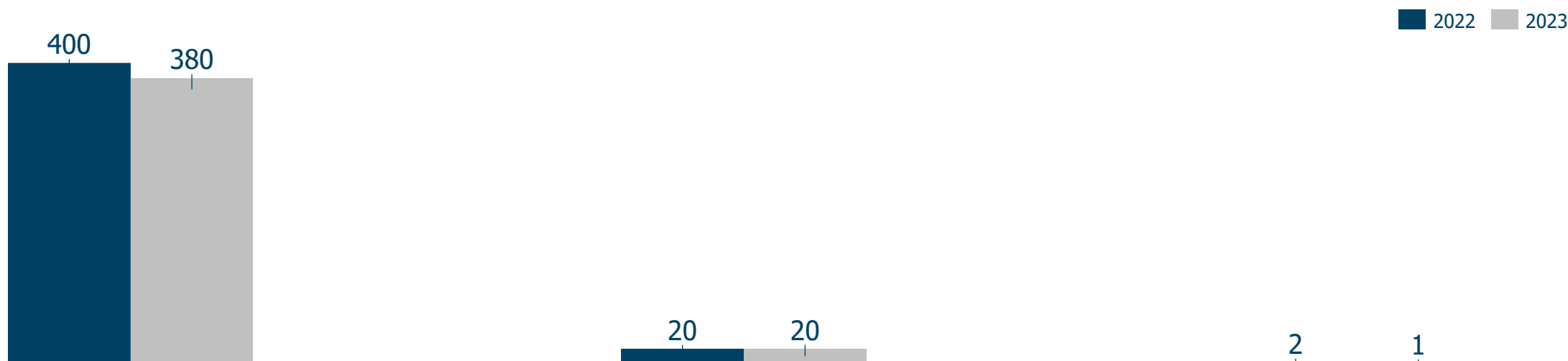
Q6.2.1 Wie hat sich die Situation der Projekte im Jahr 2022 nach der Pandemie gestaltet? Und wie war die Situation der Projekte in 2023?  
Anzahl Projekte unter CHF 50'000 Umsatz  
Basis: Total N=28 | Offene, numerische Frage | Median (wird von 50% der Befragten in der Stichprobe angegeben)

Q6.2.1 Wie hat sich die Situation der Projekte im Jahr 2022 nach der Pandemie gestaltet? Und wie war die Situation der Projekte in 2023?  
Anzahl Projekte zw. CHF 50'000 und CHF 200'000 Umsatz  
Basis: Total N=26 | Offene, numerische Frage | Median (wird von 50% der Befragten in der Stichprobe angegeben)

Q6.2.1 Wie hat sich die Situation der Projekte im Jahr 2022 nach der Pandemie gestaltet? Und wie war die Situation der Projekte in 2023?  
Anzahl Projekte über CHF 200'000 Umsatz  
Basis: Total N=25 | Offene, numerische Frage | Median (wird von 50% der Befragten in der Stichprobe angegeben)

## Auch bei TECTUM dominiert die Anzahl der Projekte unter CHF 5'000.

Anzahl Projekte, die in den Jahren 2022 und 2023 realisiert wurden - Median



**-** unter CHF 50 000

CHF 50 000 – CHF 200 000

über CHF 200 000 **+**

Q6.2.1 Wie hat sich die Situation der Projekte im Jahr 2022 nach der Pandemie gestaltet? Und wie war die Situation der Projekte in 2023? Anzahl Projekte unter CHF 50'000 Umsatz  
 Basis: Total N=5 \*sehr geringe Fallzahl | Offene, numerische Frage | Median (wird von 50% der Befragten in der Stichprobe angegeben)

Q6.2.1 Wie hat sich die Situation der Projekte im Jahr 2022 nach der Pandemie gestaltet? Und wie war die Situation der Projekte in 2023? Anzahl Projekte zw. CHF 50'000 und CHF 200'000 Umsatz  
 Basis: Total N=5 \*sehr geringe Fallzahl | Offene, numerische Frage | Median (wird von 50% der Befragten in der Stichprobe angegeben)

Q6.2.1 Wie hat sich die Situation der Projekte im Jahr 2022 nach der Pandemie gestaltet? Und wie war die Situation der Projekte in 2023? Anzahl Projekte über CHF 200'000 Umsatz  
 Basis: Total N=5 \*sehr geringe Fallzahl | Offene, numerische Frage | Median (wird von 50% der Befragten in der Stichprobe angegeben)

## Keine Angabe von den VSSA Mitgliedern.

Anzahl Projekte, die in den Jahren 2022 und 2023 realisiert wurden - Median

 unter **CHF 50 000**

Q6.2.1 Wie hat sich die Situation der Projekte im Jahr 2022 nach der Pandemie gestaltet? Und wie war die Situation der Projekte in 2023?  
Anzahl Projekte unter CHF 50'000 Umsatz  
Basis: Total N=0 | Offene, numerische Frage | Median (wird von 50% der Befragten in der Stichprobe angegeben)

**CHF 50 000 – CHF 200 000**

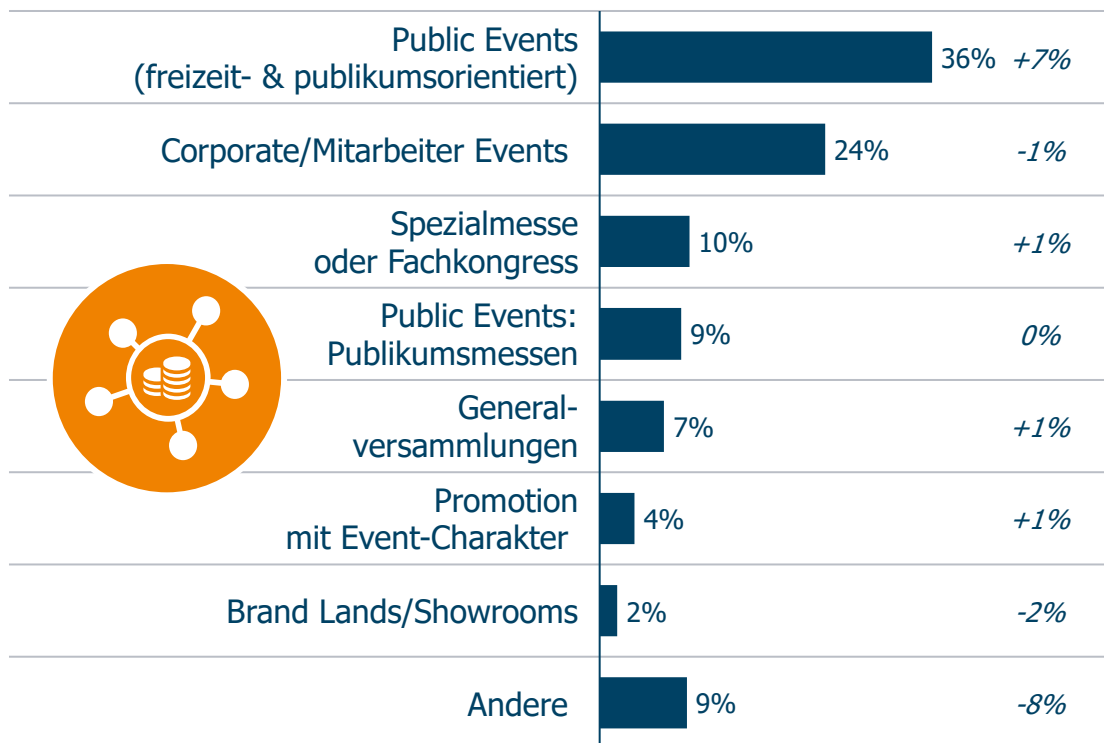
Q6.2.1 Wie hat sich die Situation der Projekte im Jahr 2022 nach der Pandemie gestaltet? Und wie war die Situation der Projekte in 2023?  
Anzahl Projekte zw. CHF 50'000 und CHF 200'000 Umsatz  
Basis: Total N=0 | Offene, numerische Frage | Median (wird von 50% der Befragten in der Stichprobe angegeben)

über **CHF 200 000** 

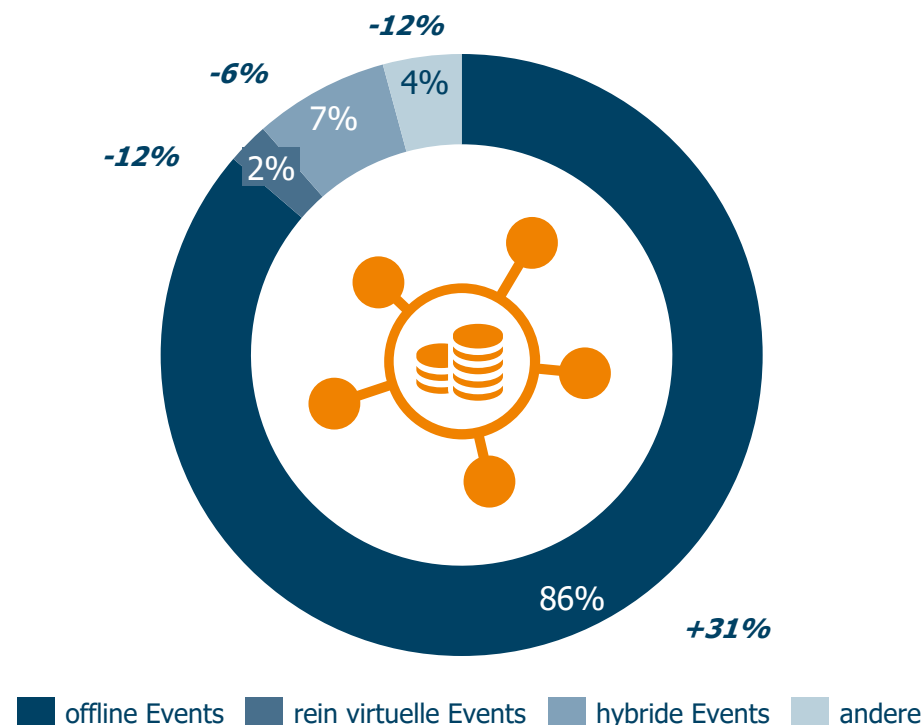
Q6.2.1 Wie hat sich die Situation der Projekte im Jahr 2022 nach der Pandemie gestaltet? Und wie war die Situation der Projekte in 2023?  
Anzahl Projekte über CHF 200'000 Umsatz  
Basis: Total N=0 | Offene, numerische Frage | Median (wird von 50% der Befragten in der Stichprobe angegeben)

## Public Events hat den grössten Teil des Umsatzes für Unternehmen in den letzten zwei Jahren. Der Anteil an offline Events ist um mehr als ein Viertel gestiegen.

Verteilung des Umsatzes auf verschiedene Formate Δ 2022



Verteilung des Umsatzes auf Online / Offline / Hybride Events

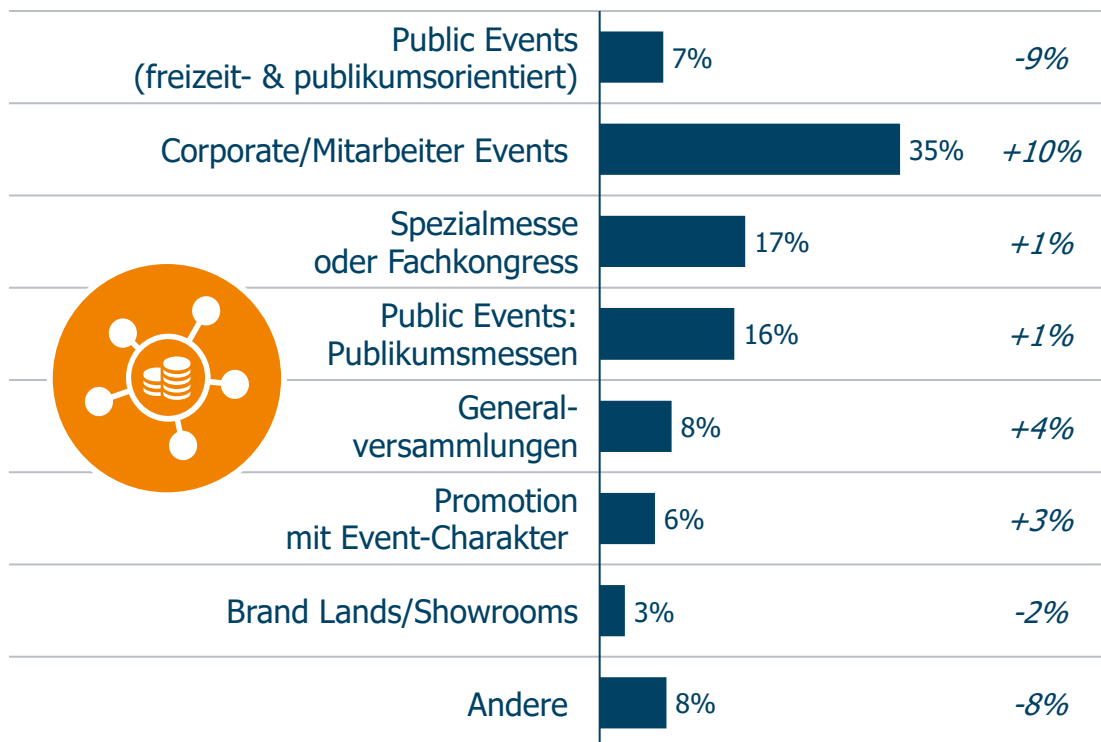


Q6.4 Wie viel Prozent des Umsatzes hat Ihr Unternehmen in den letzten zwei Jahren im Bereich Event / Live-Kommunikation erwirtschaftet? Bitte verteilen Sie 100% auf die untenstehenden Formate (unabhängig von Durchführungsmodus). | Basis: Total N=66 | Angaben in %

Q6.5 Wie viel Prozent des Umsatzes hat Ihr Unternehmen mit folgenden Formaten in den letzten zwei Jahren im Bereich Event / Live-Kommunikation erwirtschaftet? Bitte verteilen Sie 100% auf die untenstehenden Formate. Basis: Total N=64 | Angaben in %

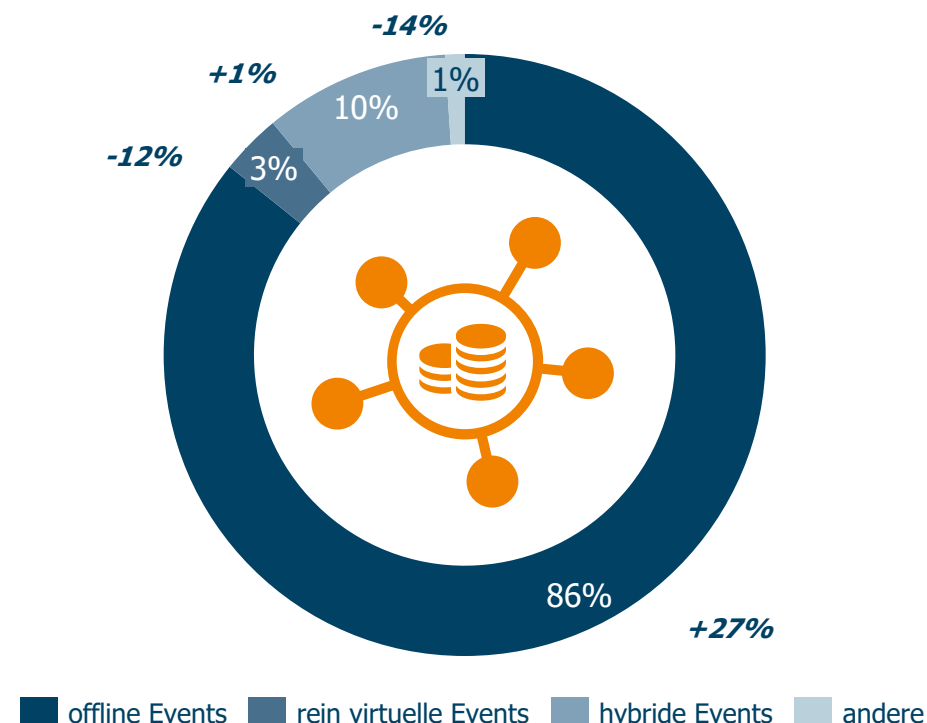
## Bei EXPO EVENT hat der Anteil an Corporate/Mitarbeiter Events stark zugenommen. Offline Formate machen den Grossteil des Umsatzes aus.

Verteilung des Umsatzes auf verschiedene Formate Δ 2022



Q6.4 Wie viel Prozent des Umsatzes hat Ihr Unternehmen in den letzten zwei Jahren im Bereich Event / Live-Kommunikation erwirtschaftet? Bitte verteilen Sie 100% auf die untenstehenden Formate (unabhängig von Durchführungsmodus). | Basis: Total N=24 | Angaben in %

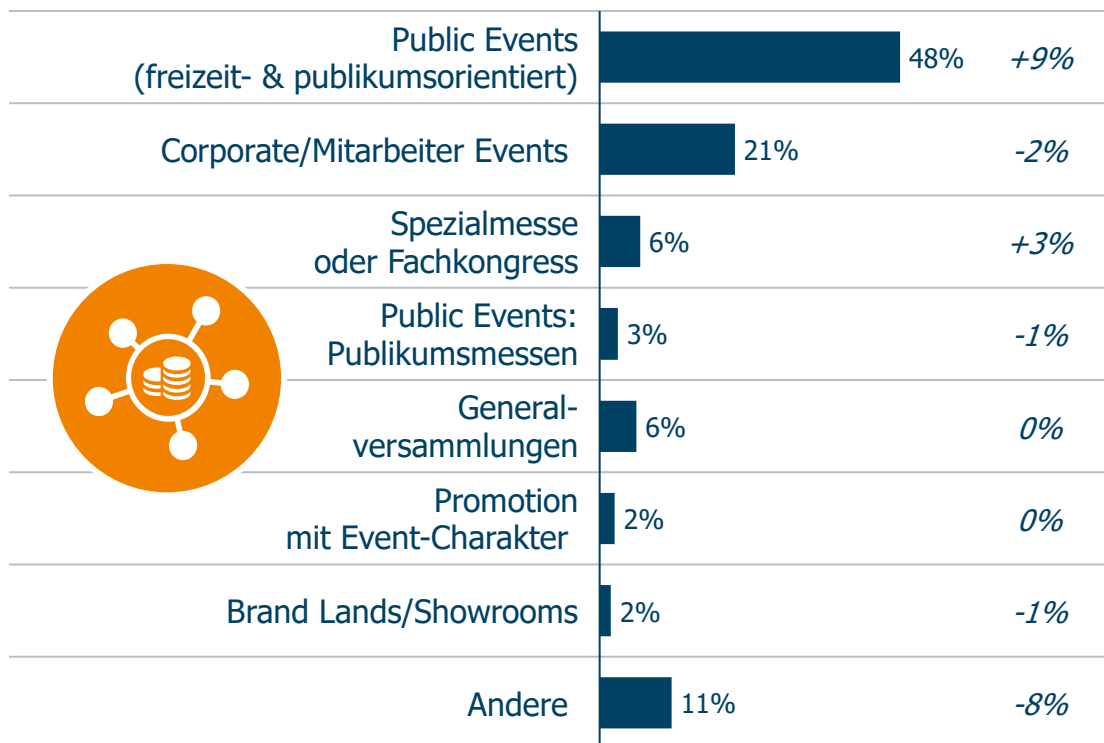
Verteilung des Umsatzes auf Online / Offline / Hybride Events



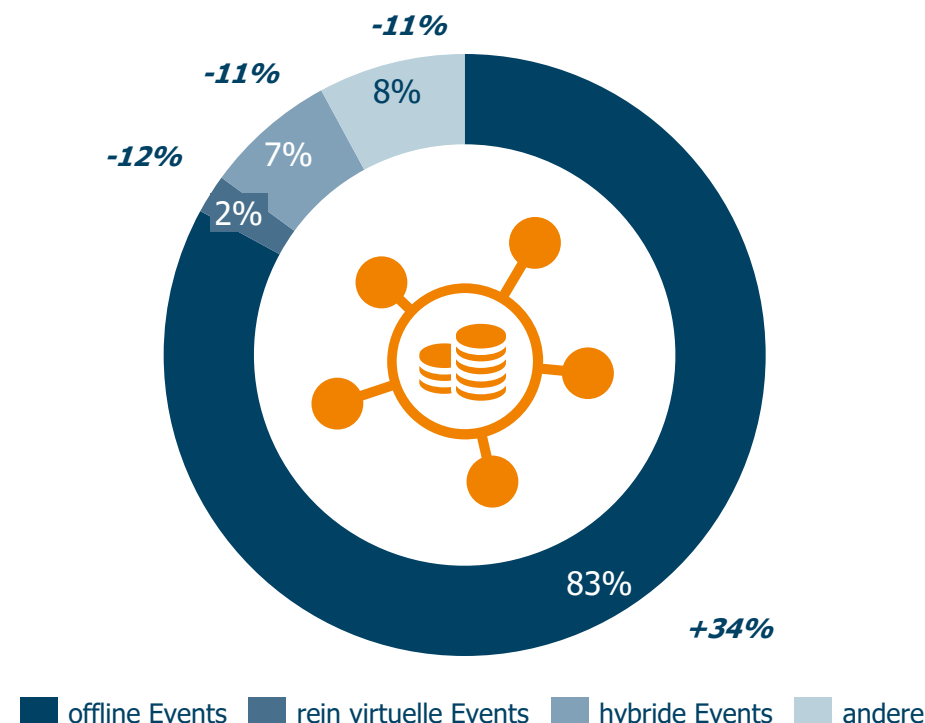
Q6.5 Wie viel Prozent des Umsatzes hat Ihr Unternehmen mit folgenden Formaten in den letzten zwei Jahren im Bereich Event / Live-Kommunikation erwirtschaftet? Bitte verteilen Sie 100% auf die untenstehenden Formate. Basis: Total N=24 | Angaben in %

# Die Public Events machen für svtb Mitglieder fast die Hälfte ihres Umsatzes aus. Wie in der gesamten Branche fand eine Verschiebung auf offline Events statt.

Verteilung des Umsatzes auf verschiedene Formate Δ 2022



Verteilung des Umsatzes auf Online / Offline / Hybride Events



Q6.4 Wie viel Prozent des Umsatzes hat Ihr Unternehmen in den letzten zwei Jahren im Bereich Event / Live-Kommunikation erwirtschaftet? Bitte verteilen Sie 100% auf die untenstehenden Formate (unabhängig von Durchführungsmodus). | Basis: Total N=31 | Angaben in %

Q6.5 Wie viel Prozent des Umsatzes hat Ihr Unternehmen mit folgenden Formaten in den letzten zwei Jahren im Bereich Event / Live-Kommunikation erwirtschaftet? Bitte verteilen Sie 100% auf die untenstehenden Formate. Basis: Total N=31 | Angaben in %

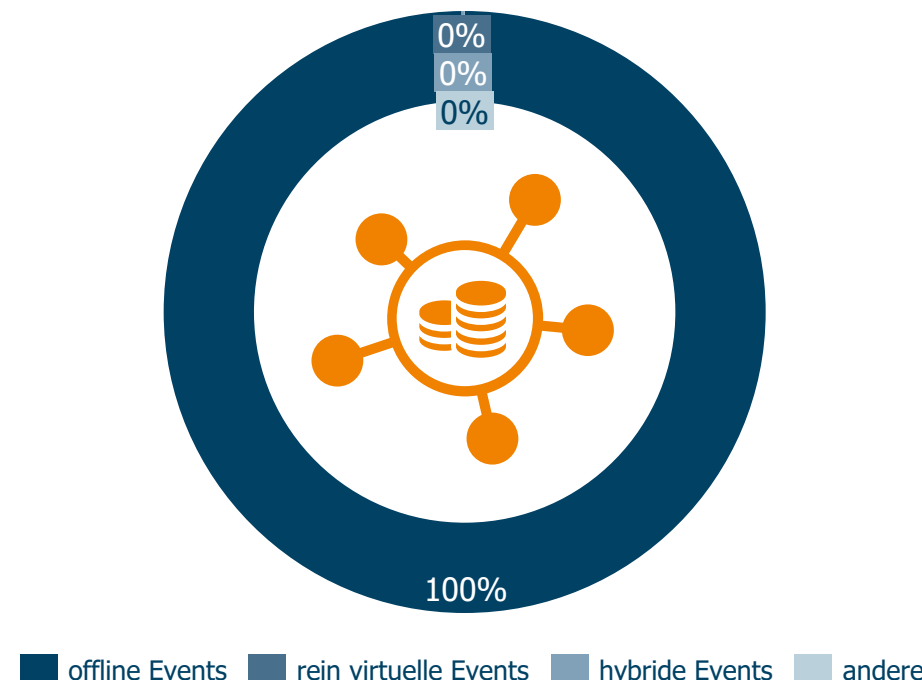
# Freizeit und Publikumsmessen als Public Events machen zwei Drittel des Umsatzes für TECTUM Mitglieder aus.

Verteilung des Umsatzes auf verschiedene Formate



Q6.4 Wie viel Prozent des Umsatzes hat Ihr Unternehmen in den letzten zwei Jahren im Bereich Event / Live-Kommunikation erwirtschaftet? Bitte verteilen Sie 100% auf die untenstehenden Formate (unabhängig von Durchführungsmodus). | Basis: Total N=6 | Angaben in % | \*sehr geringe Fallzahl

Verteilung des Umsatzes auf Online / Offline / Hybride Events



Q6.5 Wie viel Prozent des Umsatzes hat Ihr Unternehmen mit folgenden Formaten in den letzten zwei Jahren im Bereich Event / Live-Kommunikation erwirtschaftet? Bitte verteilen Sie 100% auf die untenstehenden Formate. Basis: Total N=6 | Angaben in % | \*sehr geringe Fallzahl



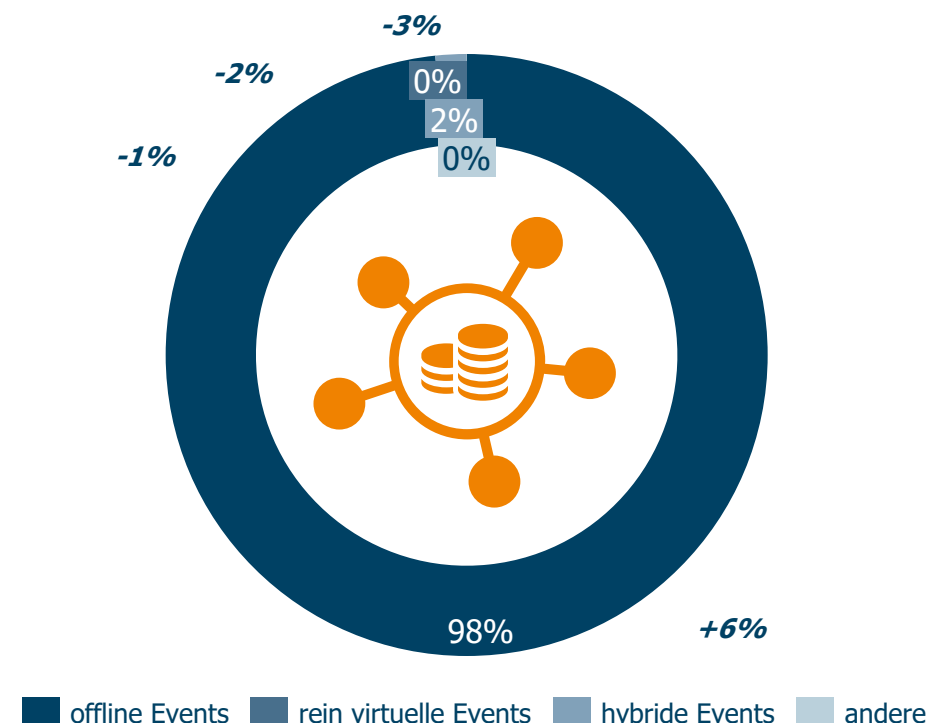
## VSSA Mitglieder erzielen ihren Umsatz mit Offline-Events. Dabei hat der Anteil an Public Events sehr stark zugenommen – zum Nachteil der Corporate Events.

Verteilung des Umsatzes auf verschiedene Formate Δ 2022

	Public Events (freizeit- & publikumsorientiert)	83%	+41%
	Corporate/Mitarbeiter Events	6%	-24%
	Spezialmesse oder Fachkongress	1%	-1%
	Public Events: Publikumsmessen	0%	0%
	Generalversammlungen	5%	-7%
	Promotion mit Event-Charakter	0%	-1%
	Brand Lands/Showrooms	0%	0%
	Andere	5%	-9%

Q6.4 Wie viel Prozent des Umsatzes hat Ihr Unternehmen in den letzten zwei Jahren im Bereich Event / Live-Kommunikation erwirtschaftet? Bitte verteilen Sie 100% auf die untenstehenden Formate (unabhängig von Durchführungsmodus). | Basis: Total N=5 | Angaben in % | \*sehr geringe Fallzahl

Verteilung des Umsatzes auf Online / Offline / Hybride Events



Q6.5 Wie viel Prozent des Umsatzes hat Ihr Unternehmen mit folgenden Formaten in den letzten zwei Jahren im Bereich Event / Live-Kommunikation erwirtschaftet? Bitte verteilen Sie 100% auf die untenstehenden Formate. Basis: Total N=5 | Angaben in % | \*sehr geringe Fallzahl

# INHALTSVERZEICHNIS

Management Summary

Methodischer Steckbrief und Verbandsstruktur

Dienstleistungen der Branche und Verbandsarbeit

Human Resources

Budget

➤ **Internationalisierung**

Formate und Technologie

Teilnahme an Ausschreibungen

Nachhaltigkeit

Herausforderungen und Massnahmen

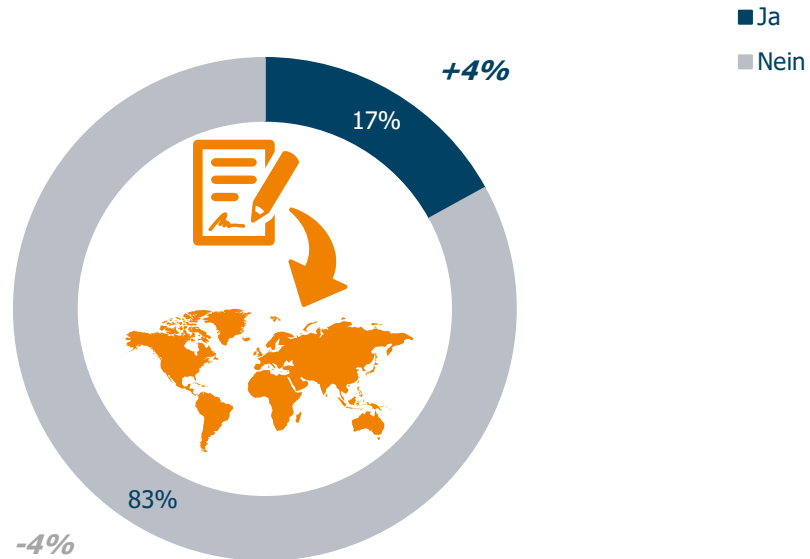


## Dienstleistungen werden dann im Ausland bezogen, wenn das Event im Ausland stattfindet. Geringere Kosten, Verfügbarkeit oder Lieferzeiten sind weitere Gründe.

- Wie in fast allen Industrien ist auch in der Eventbranche ein **Exportüberschuss** festzustellen: es werden mehr Aufträge im Ausland übernommen als welche an ausländische Unternehmen vergeben. Während **TECTUM** und **VSSA** Mitglieder ihren Umsatz komplett in der Schweiz erzielen, sind es nahezu die Hälfte der **EXPO EVENT** Unternehmen, die Aufträge im Ausland übernehmen. Dieser Anteil hat stark zugenommen. Bei **svtb** Mitgliedern hält sich das Export-Import-Verhältnis die Waage.
- Der **Dienstleistungsaustausch mit dem Ausland** betrifft überwiegend die Kernkompetenzen der jeweiligen Unternehmen.
- So holen sich **svtb** Mitglieder Unterstützung aus dem Ausland v.a. in ihrem Kernbereich, der Veranstaltungstechnik. Die Gründe hierfür sind vielfältig: die Verfügbarkeit aber auch der Veranstaltungsort sind entscheidend. Die Bedeutung geringerer Kosten hat abgenommen. **svtb** Unternehmen übernehmen unterdurchschnittlich häufig Tätigkeiten im Ausland. Dabei ist ebenfalls ihre Kernkompetenz gefragt, die Veranstaltungstechnik.
- Ein ähnliches Bild ist bei **EXPO EVENT** zu finden, auch wenn das Leistungs- und Knowhow-Spektrum grösser ist. Exportiert wurde in erster Linie ebenfalls die Veranstaltungstechnik. Ausländische Unternehmen übernehmen für **EXPO EVENT** Mitglieder Tätigkeiten überwiegend in Transport und Logistik. Dienstleistungen werden im Ausland bezogen, wenn das Event auch im Ausland stattfindet – so die Hauptbegründung für den Einkauf. Mitunter spielen geringere Kosten, Verfügbarkeit sowie schnellere Lieferzeiten auch eine Rolle.

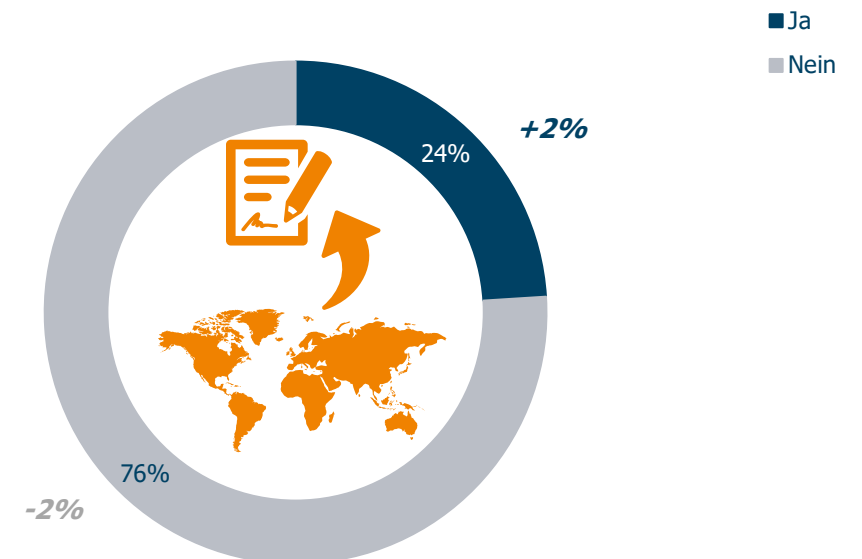
# Allgemein gilt: Es werden mehr Aufträge vom Ausland übernommen als welche an ausländische Unternehmen vergeben.

## Übergabe von Tätigkeiten an Unternehmen aus dem Ausland



Q7.1 Hat Ihr Unternehmen in den letzten zwei Jahren gewisse Tätigkeiten zur Aus- und/oder Durchführung von Projekten/Aufträgen an Unternehmen im Ausland übergeben? | Basis: Total N=82 | Angaben in %

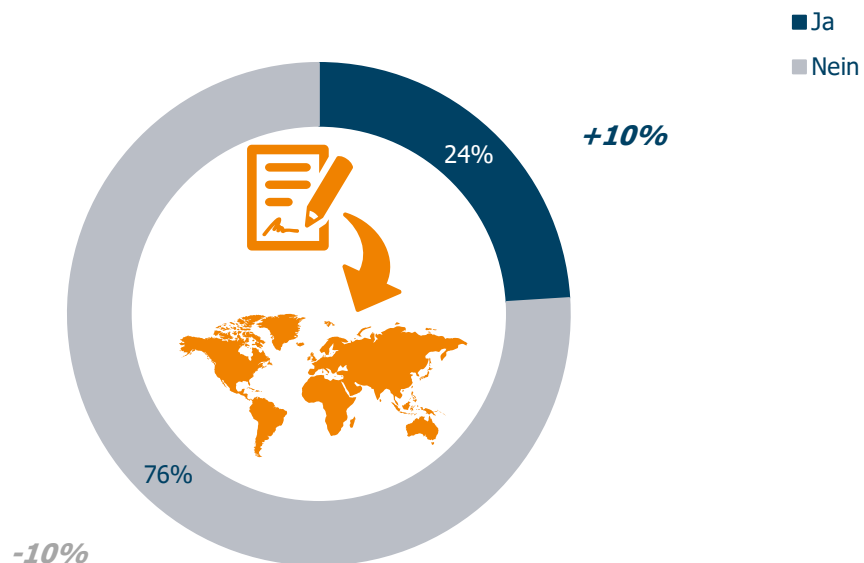
## Übernahme von Aufträgen im Ausland in den letzten 2 Jahren



Q7.4 Hat ihr Unternehmen in den letzten zwei Jahren auch Aufträge im Ausland übernommen? | Basis: Total N=82 | Angaben in %

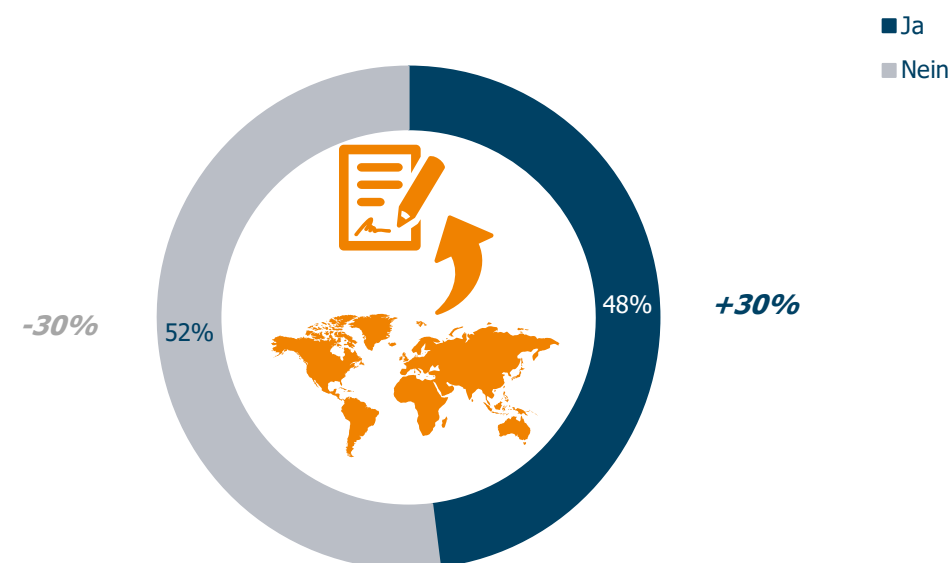
# Etwa die Hälfte der Mitglieder von EXPO EVENT hat Aufträge im Ausland übernommen, was einem bedeutenden Wachstum entspricht.

## Übergabe von Tätigkeiten an Unternehmen aus dem Ausland



Q7.1 Hat Ihr Unternehmen in den letzten zwei Jahren gewisse Tätigkeiten zur Aus- und/oder Durchführung von Projekten/Aufträgen an Unternehmen im Ausland übergeben? | Basis: Total N=25 | Angaben in %

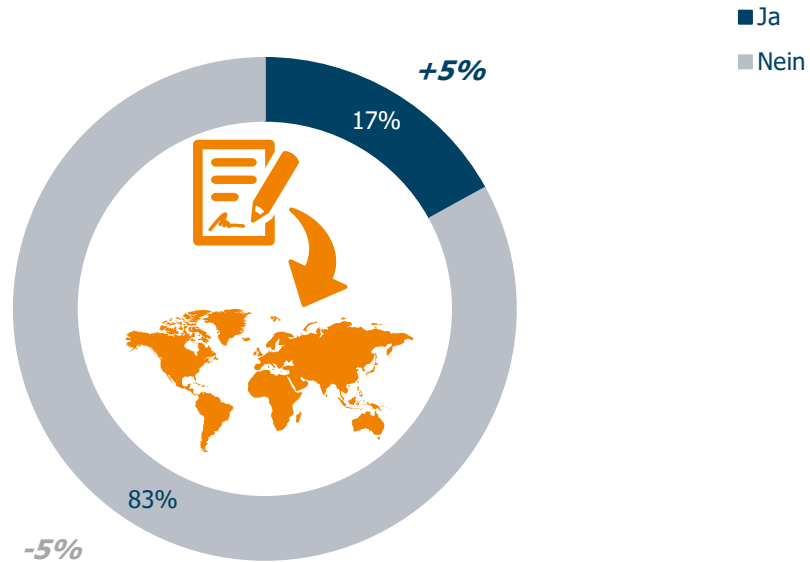
## Übernahme von Aufträgen im Ausland in den letzten 2 Jahren



Q7.4 Hat ihr Unternehmen in den letzten zwei Jahren auch Aufträge im Ausland übernommen? | Basis: Total N=25 | Angaben in %

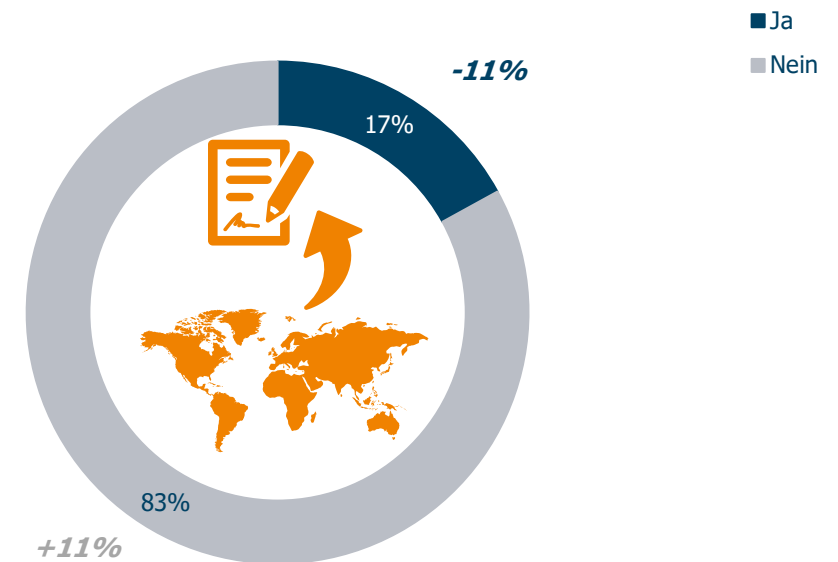
# Bei svbt Mitgliedern hält sich das Export-Import-Verhältnis im Gleichgewicht. Verglichen mit 2022 hat der Import zugenommen und der Export abgenommen.

## Übergabe von Tätigkeiten an Unternehmen aus dem Ausland



Q7.1 Hat Ihr Unternehmen in den letzten zwei Jahren gewisse Tätigkeiten zur Aus- und/oder Durchführung von Projekten/Aufträgen an Unternehmen im Ausland übergeben? | Basis: Total N=46 | Angaben in %

## Übernahme von Aufträgen im Ausland in den letzten 2 Jahren



Q7.4 Hat ihr Unternehmen in den letzten zwei Jahren auch Aufträge im Ausland übernommen? | Basis: Total N=46 | Angaben in %

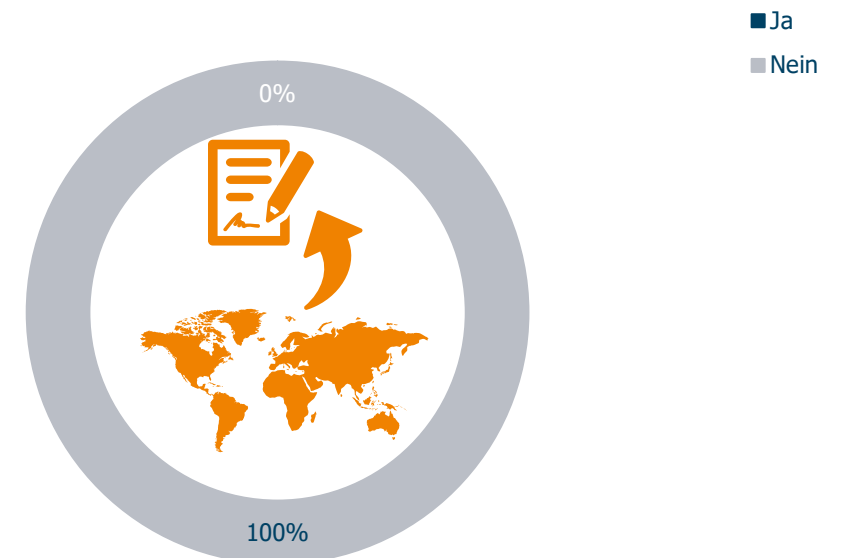
# Die Mitglieder von TECTUM haben keine Aufträge vom Ausland angenommen oder übergeben. Mitglieder erzielen ihren Umsatz in der Schweiz.

## Übergabe von Tätigkeiten an Unternehmen aus dem Ausland



Q7.1 Hat Ihr Unternehmen in den letzten zwei Jahren gewisse Tätigkeiten zur Aus- und/oder Durchführung von Projekten/Aufträgen an Unternehmen im Ausland übergeben? | Basis: Total N=6 | Angaben in % | \*geringe Fallzahl

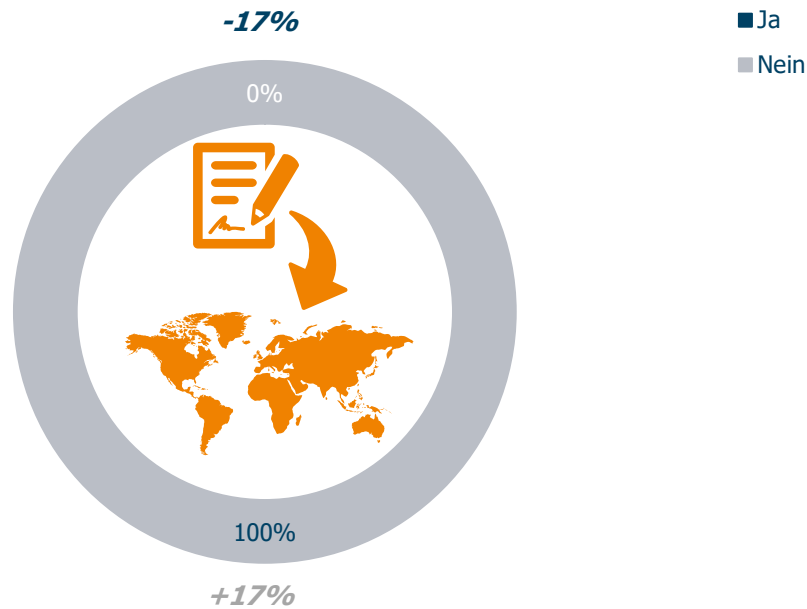
## Übernahme von Aufträgen im Ausland in den letzten 2 Jahren



Q7.4 Hat ihr Unternehmen in den letzten zwei Jahren auch Aufträge im Ausland übernommen? | Basis: Total N=6 | Angaben in % | \*geringe Fallzahl

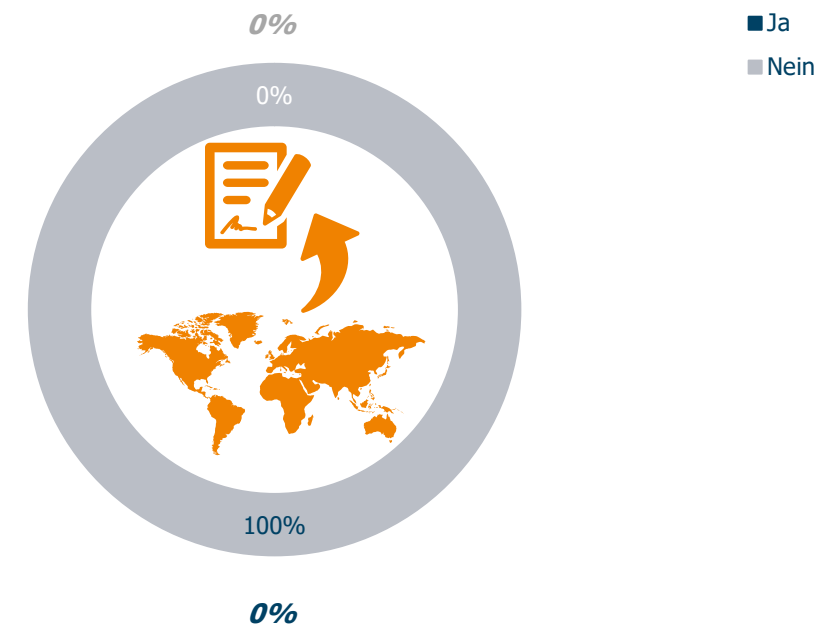
# Auch VSSA-Mitglieder erzielen ihren Umsatz in der Schweiz und geben keine Aufträge ab ins Ausland.

## Übergabe von Tätigkeiten an Unternehmen aus dem Ausland



Q7.1 Hat Ihr Unternehmen in den letzten zwei Jahren gewisse Tätigkeiten zur Aus- und/oder Durchführung von Projekten/Aufträgen an Unternehmen im Ausland übergeben? | Basis: Total N=5 | Angaben in % | \*geringe Fallzahl

## Übernahme von Aufträgen im Ausland in den letzten 2 Jahren

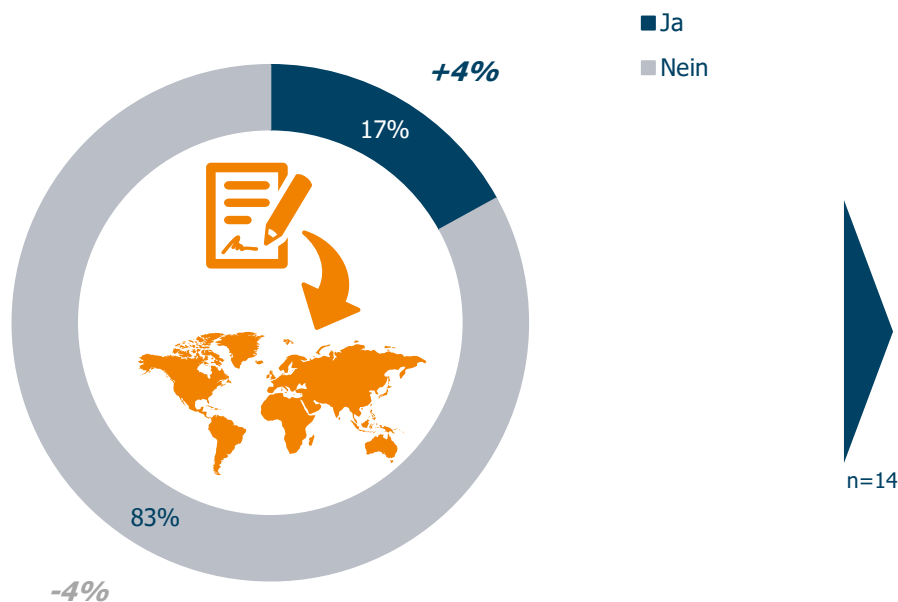


Q7.4 Hat ihr Unternehmen in den letzten zwei Jahren auch Aufträge im Ausland übernommen? | Basis: N=5 | Angaben in % | \*geringe Fallzahl



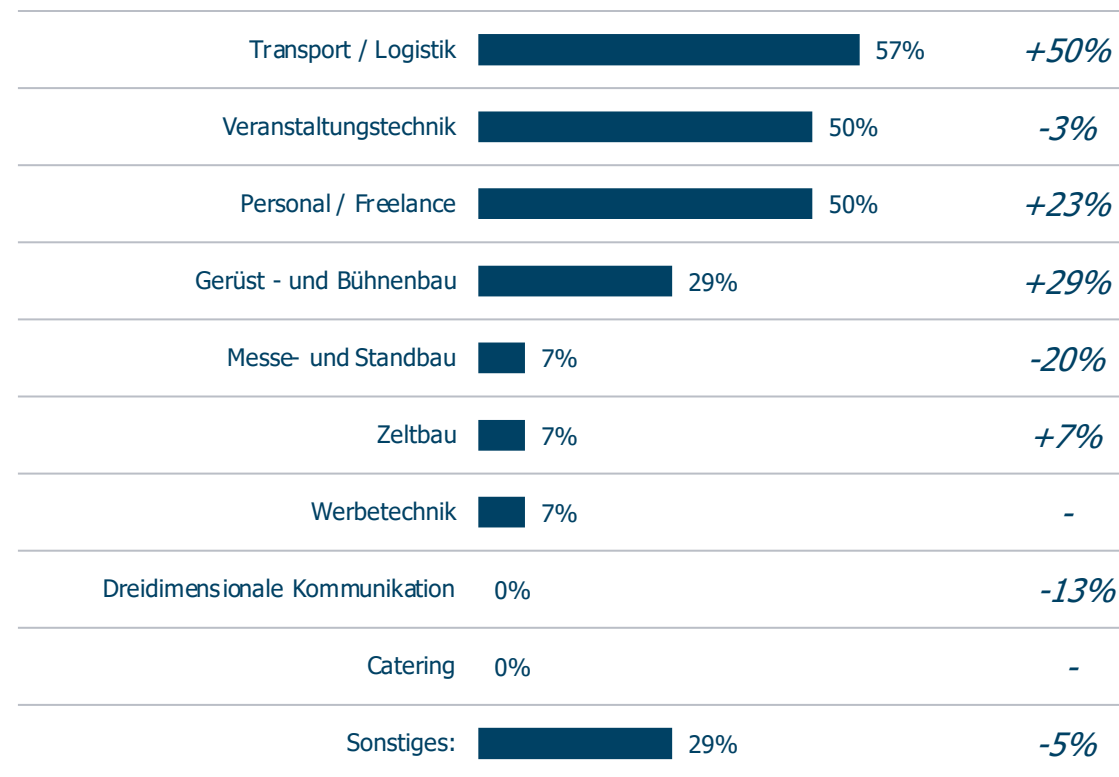
# Die meisten Aufträge, die von ausländischen Unternehmen durchgeführt werden, sind in den Bereichen Transport / Logistik, Veranstaltungstechnik sowie Personal.

## Übergabe von Tätigkeiten an Unternehmen aus dem Ausland



Q7.1 Hat Ihr Unternehmen in den letzten zwei Jahren gewisse Tätigkeiten zur Aus- und/oder Durchführung von Projekten/Aufträgen an Unternehmen im Ausland übergeben? | Basis: Total N=82 | Angaben in %

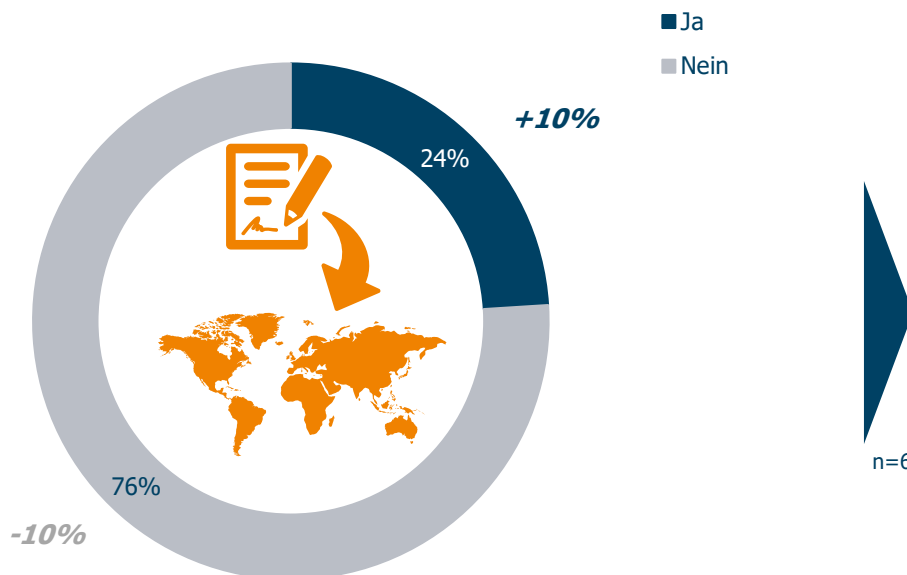
## Art der Tätigkeiten von Unternehmen aus dem Ausland $\Delta$ 2022



Q7.2 Welche Tätigkeiten zur Aus- und/oder Durchführung von Projekten/Aufträgen haben Sie in den letzten zwei Jahren vorrangig von Unternehmen im Ausland durchführen lassen? | Basis: Total n=14 | Mehrfachantworten möglich | Angaben in %

# EXPO EVENT Mitglieder holen sich Unterstützung aus dem Ausland im Bereich Transport und Personal/Freelance – zwei Bereiche die stark zugelegt haben.

## Übergabe von Tätigkeiten an Unternehmen aus dem Ausland



Q7.1 Hat Ihr Unternehmen in den letzten zwei Jahren gewisse Tätigkeiten zur Aus- und/oder Durchführung von Projekten/Aufträgen an Unternehmen im Ausland übergeben? | Basis: Total N=25 | Angaben in %

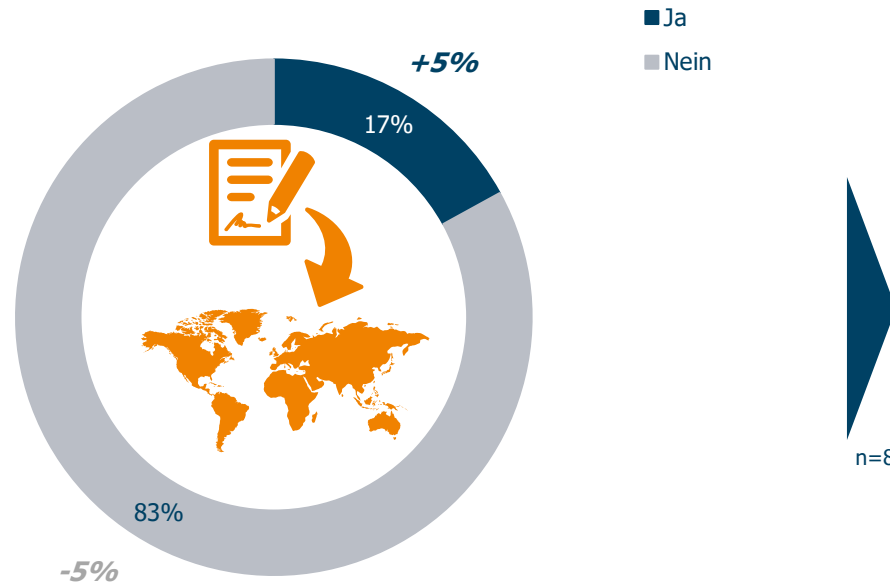
## Art der Tätigkeiten von Unternehmen aus dem Ausland Δ 2022

Transport / Logistik	83%	+69%
Personal / Freelance	50%	+21%
Veranstaltungstechnik	33%	-10%
Messe- und Standbau	17%	-26%
Gerüst - und Bühnenbau	17%	+17%
Werbetechnik	17%	+17%
Dreidimensionale Kommunikation	0%	-14%
Zeltbau	0%	-
Catering	0%	-
Sonstiges:	33%	+5%

Q7.2 Welche Tätigkeiten zur Aus- und/oder Durchführung von Projekten/Aufträgen haben Sie in den letzten zwei Jahren vorrangig von Unternehmen im Ausland durchführen lassen? | Basis: Total N=6 | Mehrfachantworten möglich | Angaben in % | \*geringe Fallzahl

# Unterstützung aus dem Ausland wird im Kernbereich der Veranstaltungstechnik in Anspruch genommen. Eine Zunahme findet sich im Transport sowie im Gerüstbau.

## Übergabe von Tätigkeiten an Unternehmen aus dem Ausland



Q7.1 Hat Ihr Unternehmen in den letzten zwei Jahren gewisse Tätigkeiten zur Aus- und/oder Durchführung von Projekten/Aufträgen an Unternehmen im Ausland übergeben? | Basis: Total N=46 | Angaben in %

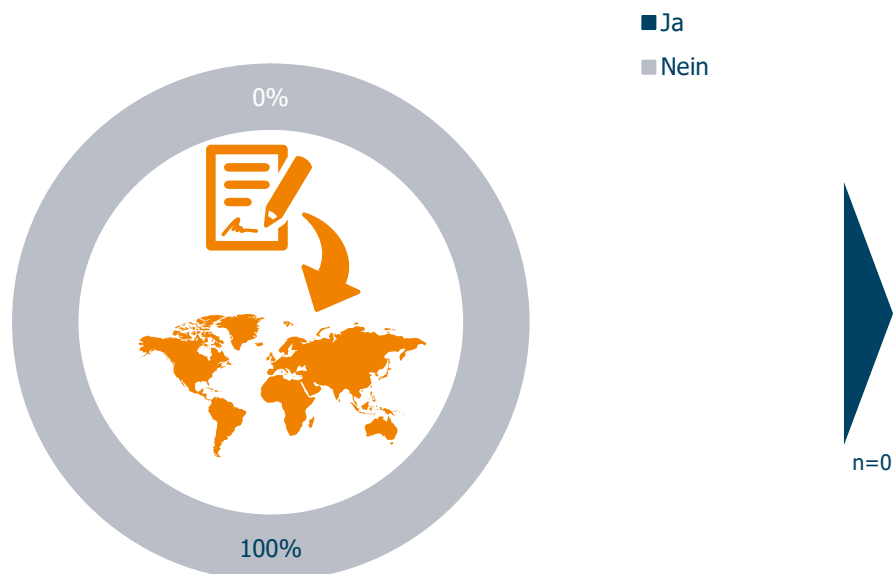
## Art der Tätigkeiten von Unternehmen aus dem Ausland Δ 2022

Veranstaltungstechnik	63%	-9%
Personal / Freelance	50%	+21%
Gerüst - und Bühnenbau	38%	+38%
Transport / Logistik	38%	+38%
Zeltbau	13%	+13%
Messe- und Standbau	0%	-14%
Dreidimensionale Kommunikation	0%	-14%
Catering	0%	-
Werbetechnik	0%	-14%
Sonstiges:	25%	-4%

Q7.2 Welche Tätigkeiten zur Aus- und/oder Durchführung von Projekten/Aufträgen haben Sie in den letzten zwei Jahren vorrangig von Unternehmen im Ausland durchführen lassen? | Basis: Total N=8 | Mehrfachantworten möglich | Angaben in % | \*geringe Fallzahl

## Der Einkauf von Dienstleistungen aus dem Ausland ist für Mitglieder von TECTUM nicht wichtig.

### Übergabe von Tätigkeiten an Unternehmen aus dem Ausland



Q7.1 Hat Ihr Unternehmen in den letzten zwei Jahren gewisse Tätigkeiten zur Aus- und/oder Durchführung von Projekten/Aufträgen an Unternehmen im Ausland übergeben? | Basis: Total N=6 | Angaben in %

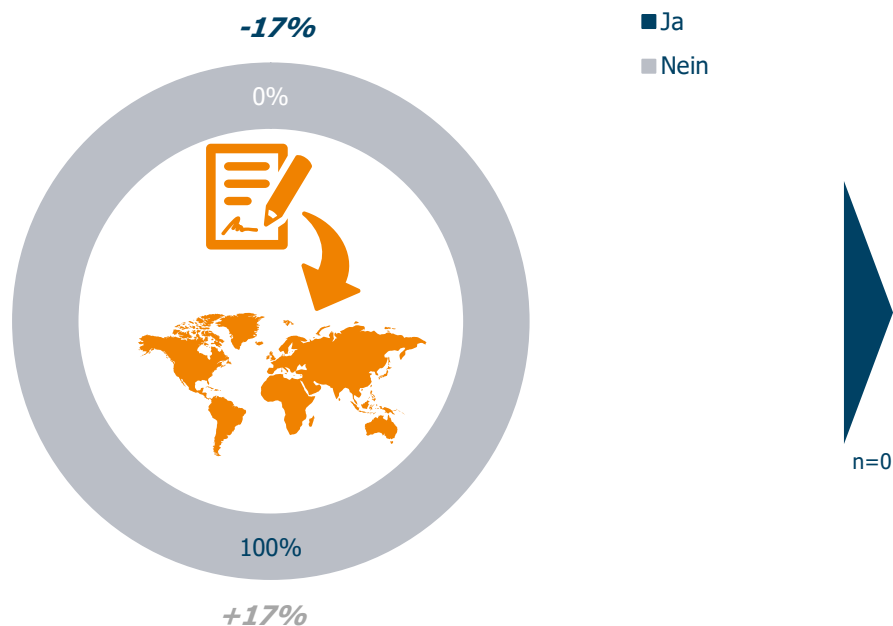
### Art der Tätigkeiten von Unternehmen aus dem Ausland Δ 2022

Werbetechnik	0%
Catering	0%
Transport/Logistik	0%
Personal/Freelance	0%
Zeltbau	0%
Veranstaltungstechnik	0%
Dreidimensionale Kommunikation	0%
Gerüst- und Bühnenbau	0%
Messe- und Standbau	0%
Sonstiges	0%

Q7.2 Welche Tätigkeiten zur Aus- und/oder Durchführung von Projekten/Aufträgen haben Sie in den letzten zwei Jahren vorrangig von Unternehmen im Ausland durchführen lassen? | Basis: Total N=0 | Mehrfachantworten möglich | Angaben in % | \*geringe Fallzahl

## VSSA-Mitglieder geben nicht an, im Ausland Dienstleistungen einzukaufen.

### Übergabe von Tätigkeiten an Unternehmen aus dem Ausland



Q7.1 Hat Ihr Unternehmen in den letzten zwei Jahren gewisse Tätigkeiten zur Aus- und/oder Durchführung von Projekten/Aufträgen an Unternehmen im Ausland übergeben? | Basis: Total N=5 | Angaben in %

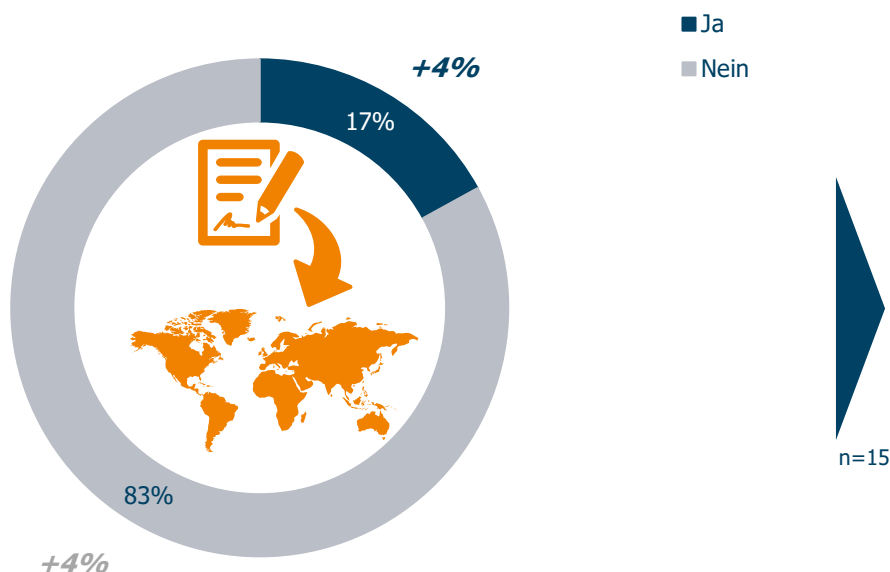
### Art der Tätigkeiten von Unternehmen aus dem Ausland

Werbetechnik	0%
Catering	0%
Transport/Logistik	0%
Personal/Freelance	0%
Zeltbau	0%
Veranstaltungstechnik	0%
Dreidimensionale Kommunikation	0%
Gerüst- und Bühnenbau	0%
Messe- und Standbau	0%
Sonstiges	0%

Q7.2 Welche Tätigkeiten zur Aus- und/oder Durchführung von Projekten/Aufträgen haben Sie in den letzten zwei Jahren vorrangig von Unternehmen im Ausland durchführen lassen? | Basis: Total N=0 | Mehrfachantworten möglich | Angaben in % | \*geringe Fallzahl

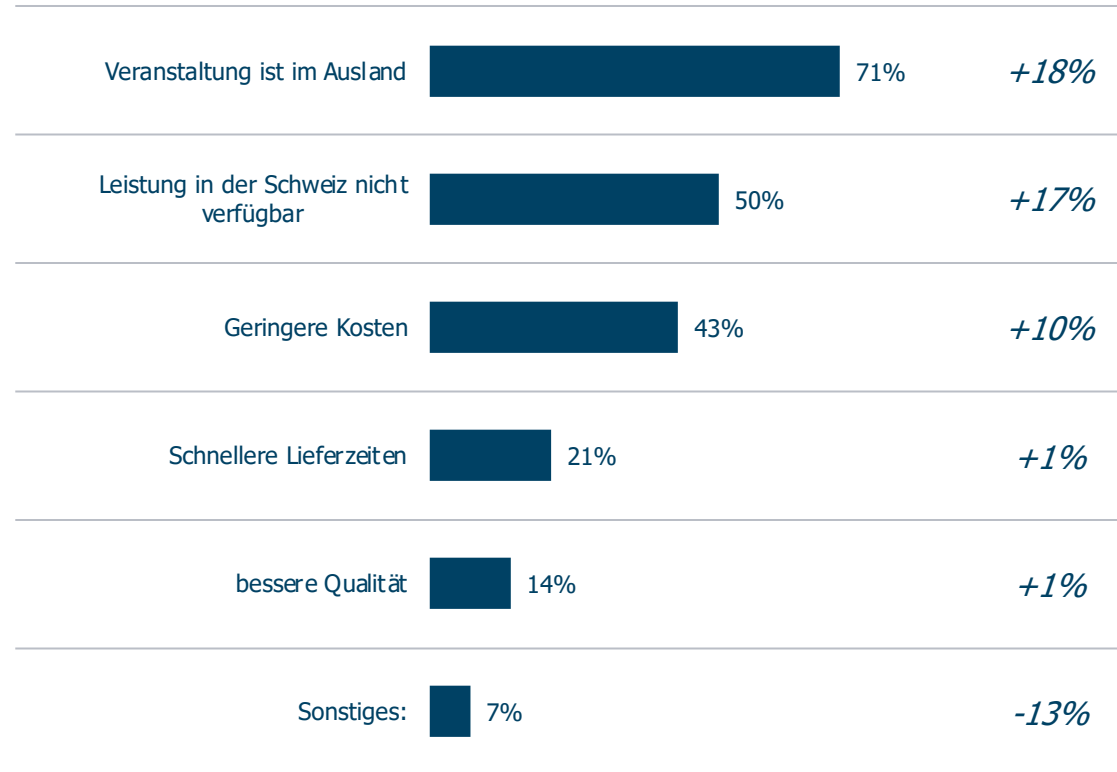
# Hauptsächlich werden Aufträge ins Ausland abgegeben, wenn die Veranstaltung im Ausland stattfindet oder die Dienstleistung in der Schweiz nicht verfügbar ist.

## Übergabe von Tätigkeiten an Unternehmen aus dem Ausland



Q7.1 Hat Ihr Unternehmen in den letzten zwei Jahren gewisse Tätigkeiten zur Aus- und/oder Durchführung von Projekten/Aufträgen an Unternehmen im Ausland übergeben? | Basis: Total N=82 | Angaben in %

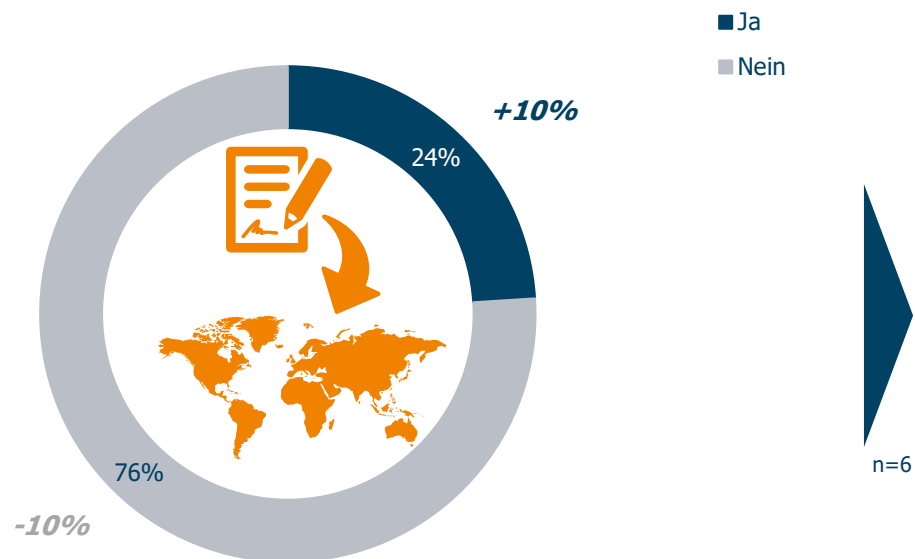
## Gründe für Tätigkeiten von ausländischen Unternehmen Δ 2022



Q7.3 Weshalb haben Sie die Aufträge ins Ausland vergeben? Basis: Total N=14 | Mehrfachantworten möglich | Angaben in %

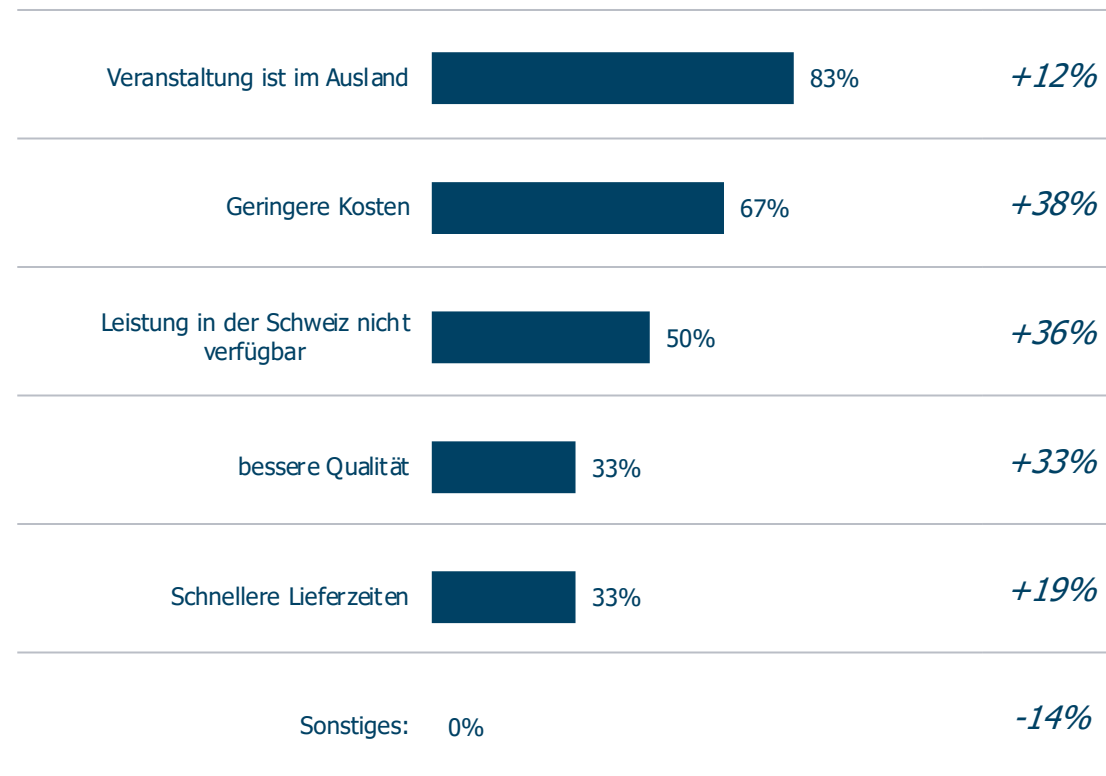
# Bei EXPO EVENT werden Dienstleistungen im Ausland erworben, sofern das Event ebenfalls im Ausland stattfindet. Häufig sind auch niedrigere Kosten ein Faktor.

## Übergabe von Tätigkeiten an Unternehmen aus dem Ausland



Q7.1 Hat Ihr Unternehmen in den letzten zwei Jahren gewisse Tätigkeiten zur Aus- und/oder Durchführung von Projekten/Aufträgen an Unternehmen im Ausland übergeben? | Basis: Total N=25 | Angaben in %

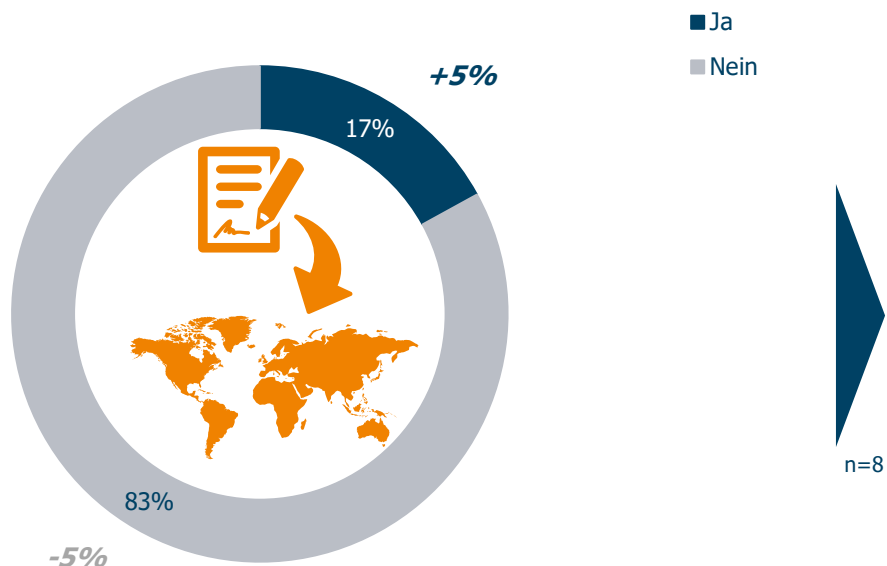
## Gründe für Tätigkeiten von Unternehmen im Ausland Δ 2022



Q7.3 Weshalb haben Sie die Aufträge ins Ausland vergeben? Basis: Total N=6 | Mehrfachantworten möglich | Angaben in % | \*geringe Fallzahl

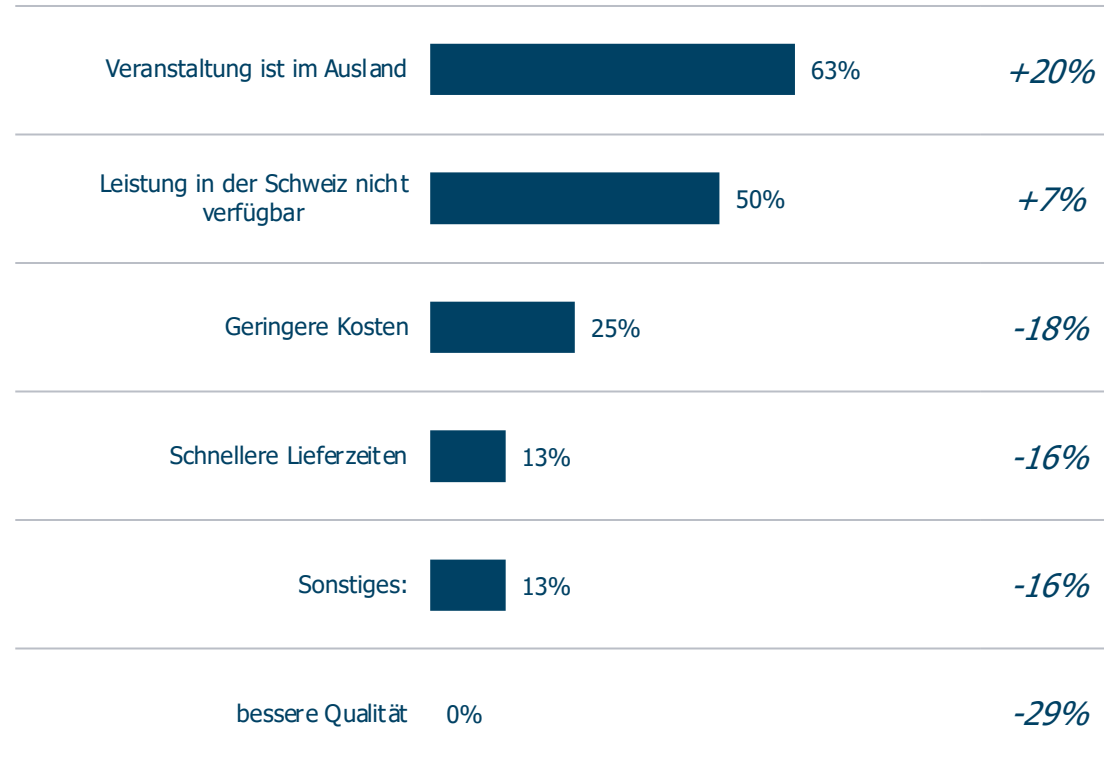
# Für svbt ist der Veranstaltungsort ausschlaggebend dafür, ob ins Ausland ausgelagert wird. Die Bedeutung geringerer Kosten hat abgenommen.

## Übergabe von Tätigkeiten an Unternehmen aus dem Ausland



Q7.1 Hat Ihr Unternehmen in den letzten zwei Jahren gewisse Tätigkeiten zur Aus- und/oder Durchführung von Projekten/Aufträgen an Unternehmen im Ausland übergeben? | Basis: Total N=46 | Angaben in %

## Gründe für Tätigkeiten von Unternehmen im Ausland Δ 2022

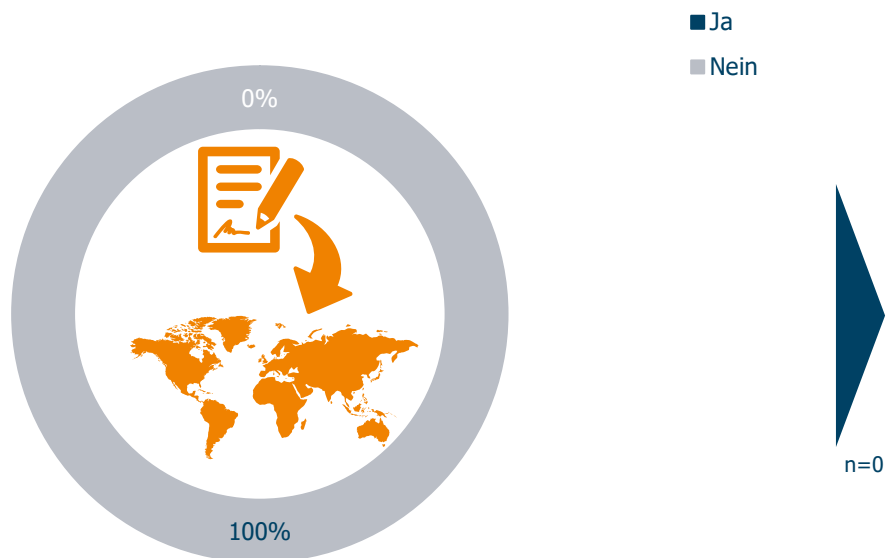


Q7.3 Weshalb haben Sie die Aufträge ins Ausland vergeben? Basis: Total N=8 | Mehrfachantworten möglich | Angaben in % | \*geringe Fallzahl



# VSSA-Mitglieder geben nicht an, im Ausland Dienstleistungen einzukaufen.

## Übergabe von Tätigkeiten an Unternehmen aus dem Ausland



Q7.1 Hat Ihr Unternehmen in den letzten zwei Jahren gewisse Tätigkeiten zur Aus- und/oder Durchführung von Projekten/Aufträgen an Unternehmen im Ausland übergeben? | Basis: Total N=6 | Angaben in %

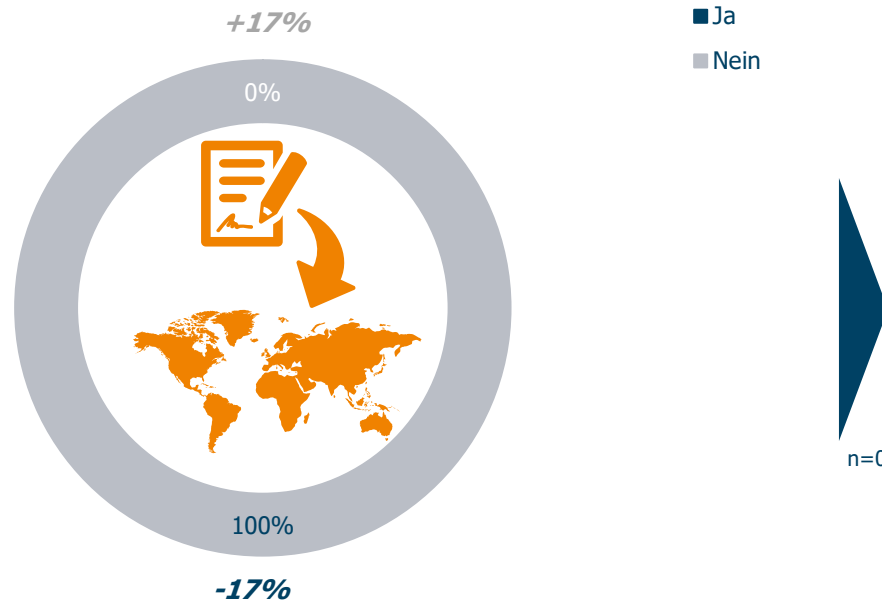
## Gründe für Tätigkeiten von Unternehmen im Ausland

Geringere Kosten	0%
Leistung in der Schweiz nicht verfügbar	0%
Veranstaltung ist im Ausland	0%
bessere Qualität	0%
Schnellere Lieferzeiten	0%
Sonstiges	0%

Q7.3 Weshalb haben Sie die Aufträge ins Ausland vergeben? Basis: Total N=0 | Mehrfachantworten möglich | Angaben in % | \*geringe Fallzahl

# Der Einkauf von Dienstleistungen aus dem Ausland ist für bei den Mitgliedern von TECTUM nicht wichtig.

## Übergabe von Tätigkeiten an Unternehmen aus dem Ausland



Q7.1 Hat Ihr Unternehmen in den letzten zwei Jahren gewisse Tätigkeiten zur Aus- und/oder Durchführung von Projekten/Aufträgen an Unternehmen im Ausland übergeben? | Basis: Total N=5 | Angaben in %

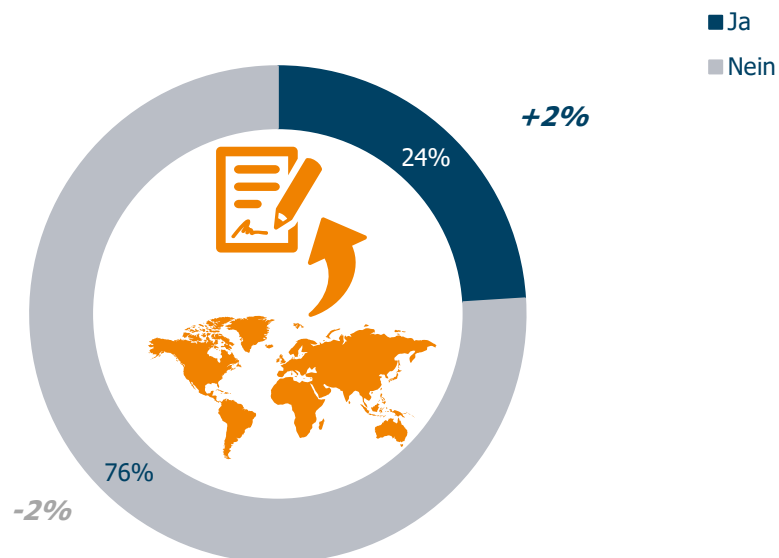
## Gründe für Tätigkeiten von Unternehmen im Ausland Δ 2022

Leistung in der Schweiz nicht verfügbar	0%
Geringere Kosten	0%
bessere Qualität	0%
Schnellere Lieferzeiten	0%
Veranstaltung ist im Ausland	0%
Sonstiges	0%

Q7.3 Weshalb haben Sie die Aufträge ins Ausland vergeben? Basis: Basis: Total N=0 | Mehrfachantworten möglich | Angaben in % | \*geringe Fallzahl

## Überwiegend exportiert wurde ebenfalls die Veranstaltungstechnik. Besonders Zugenommen haben Exporte im Bereich Transport und Logistik.

### Übernahme von Aufträgen im Ausland in den letzten 2 Jahren



Q7.4 Hat ihr Unternehmen in den letzten zwei Jahren auch Aufträge im Ausland übernommen?  
Basis: Total N=82 | Angaben in %

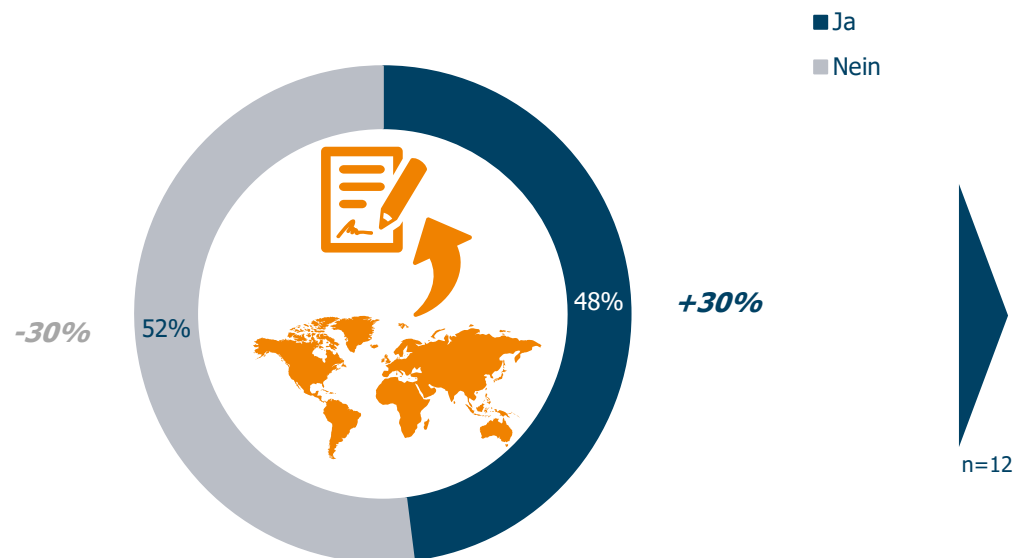
### Tätigkeiten zur Durchführung der Aufträge im Ausland $\Delta$ 2022

Veranstaltungstechnik	53%	+1%
Transport / Logistik	32%	+16%
Messe- und Standbau	21%	+5%
Personal/Freelance	21%	+1%
Gerüst - und Bühnenbau	16%	+12%
Dreidimensionale Kommunikation	5%	-15%
Zeltbau	5%	+5%
Werbetechnik	5%	+5%
Catering	0%	-
Sonstiges:	26%	-6%

Q7.5 Welche Tätigkeiten zur Aus- und/oder Durchführung von Projekten/Aufträgen haben Sie in den letzten zwei Jahren im Ausland übernommen? | Basis: Total N=19 | Mehrfachantworten möglich | Angaben in %

## EXPO EVENT Mitglieder exportieren vor allem Dienstleistungen im Bereich Veranstaltungstechnik. Ebenfalls wichtig ist der Messe- und Standbau.

### Übernahme von Aufträgen im Ausland in den letzten 2 Jahren



Q7.4 Hat ihr Unternehmen in den letzten zwei Jahren auch Aufträge im Ausland übernommen?  
Basis: Expo Event n=25 | Angaben in %

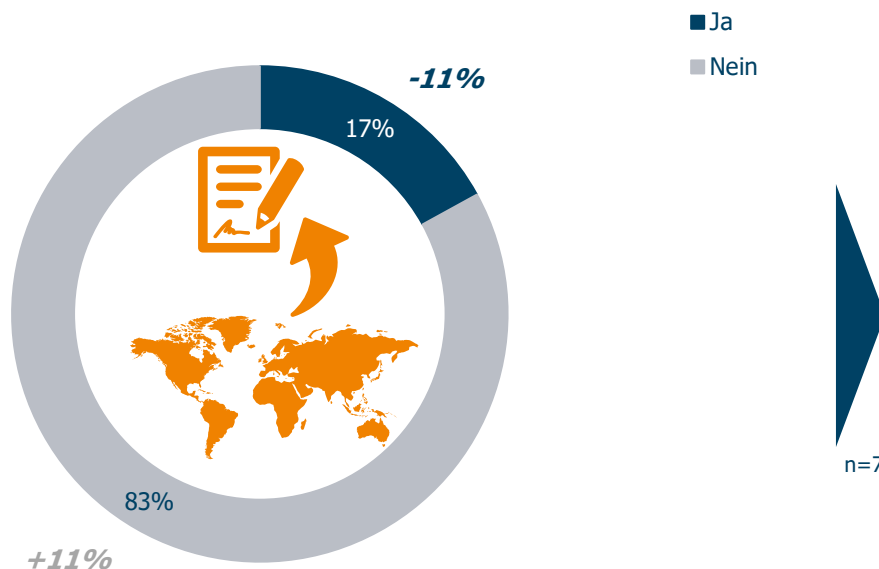
### Tätigkeiten zur Durchführung der Aufträge im Ausland $\Delta$ 2022

Veranstaltungstechnik	42%	+8%
Messe- und Standbau	33%	-
Personal/Freelance	17%	-6%
Transport / Logistik	17%	+6%
Gerüst - und Bühnenbau	8%	+8%
Dreidimensionale Kommunikation	8%	-14%
Werbetechnik	8%	+8%
Zeltbau	0%	-
Catering	0%	-
Sonstiges:	25%	-8%

Q7.5 Welche Tätigkeiten zur Aus- und/oder Durchführung von Projekten/Aufträgen haben Sie in den letzten zwei Jahren im Ausland übernommen? | Basis Expo Event n=12 | Mehrfachantworten möglich | Angaben in % | \*geringe Fallzahl

# Neben der Veranstaltungstechnik exportieren svbt Mitglieder vor allem Transport-/Logistik und Gerüst- und Bühnenbau. Beide Leistungen haben deutlich zugenommen.

## Übernahme von Aufträgen im Ausland in den letzten 2 Jahren



Q7.4 Hat ihr Unternehmen in den letzten zwei Jahren auch Aufträge im Ausland übernommen?  
Basis: Total N=46 | Angaben in %

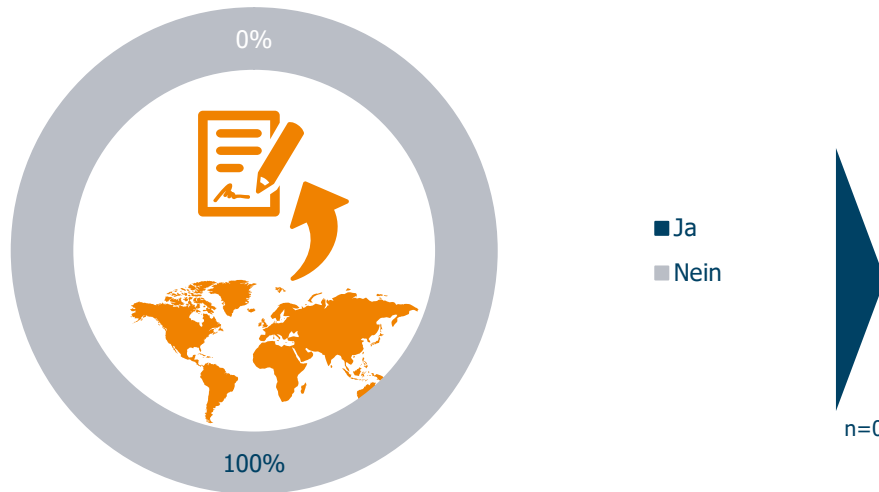
## Tätigkeiten zur Durchführung der Aufträge im Ausland $\Delta$ 2022

Veranstaltungstechnik	71%	+9%
Transport / Logistik	57%	+38%
Gerüst - und Bühnenbau	29%	+22%
Personal/Freelance	29%	+10%
Zeltbau	14%	14%
Messe- und Standbau	0%	-6%
Dreidimensionale Kommunikation	0%	-19%
Catering	0%	-
Werbetechnik	0%	-
Sonstiges:	29%	-3%

Q7.5 Welche Tätigkeiten zur Aus- und/oder Durchführung von Projekten/Aufträgen haben Sie in den letzten zwei Jahren im Ausland übernommen? | Basis: Total N=7 | Mehrfachantworten möglich | Angaben in % | \*geringe Fallzahl

## TECTUM-Mitglieder erzielen ihren Umsatz in der Schweiz.

### Übernahme von Aufträgen im Ausland in den letzten 2 Jahren



Q7.4 Hat ihr Unternehmen in den letzten zwei Jahren auch Aufträge im Ausland übernommen?  
Basis: Total N=6 | Angaben in % | \*geringe Fallzahl

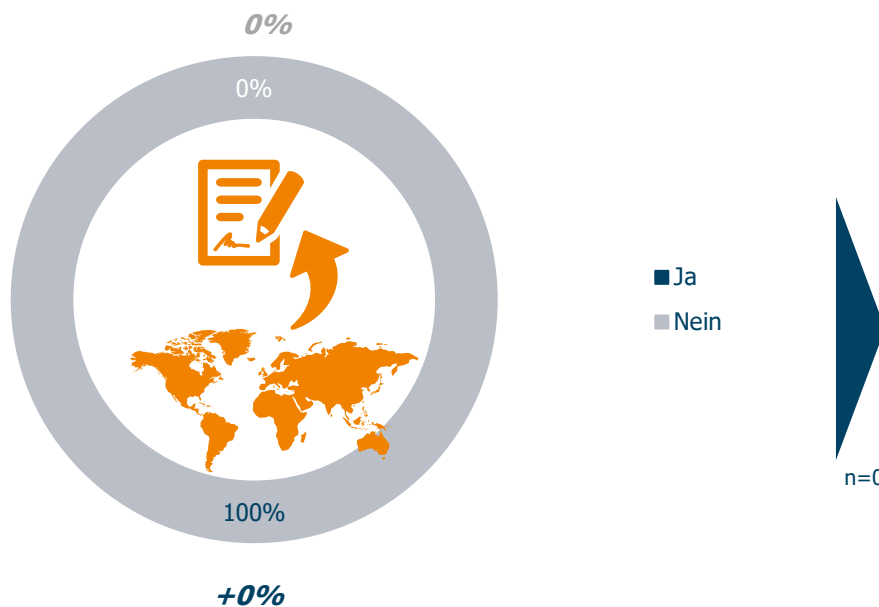
### Tätigkeiten zur Durchführung der Aufträge im Ausland

Veranstaltungstechnik	0%
Dreidimensionale Kommunikation	0%
Personal/Freelance	0%
Transport/Logistik	0%
Messe- und Standbau	0%
Gerüst- und Bühnenbau	0%
Zeltbau	0%
Catering	0%
Werbetechnik	0%
Sonstiges	0%

Q7.5 Welche Tätigkeiten zur Aus- und/oder Durchführung von Projekten/Aufträgen haben Sie in den letzten zwei Jahren im Ausland übernommen? | Basis: Total N=0 | Mehrfachantworten möglich | Angaben in % | \*keine Fallzahl

# VSSA-Mitglieder erzielen ihren Umsatz in der Schweiz.

## Übernahme von Aufträgen im Ausland in den letzten 2 Jahren



Q7.4 Hat ihr Unternehmen in den letzten zwei Jahren auch Aufträge im Ausland übernommen?  
Basis: Total N=5 | Angaben in % | \*geringe Fallzahl

## Tätigkeiten zur Durchführung der Aufträge im Ausland $\Delta$ 2022

Veranstaltungstechnik	0%	-
Dreidimensionale Kommunikation	0%	-
Personal/Freelance	0%	-
Transport/Logistik	0%	-
Messe- und Standbau	0%	-
Gerüst- und Bühnenbau	0%	-
Zeltbau	0%	-
Catering	0%	-
Werbetechnik	0%	-
Sonstiges	0%	-

Q7.5 Welche Tätigkeiten zur Aus- und/oder Durchführung von Projekten/Aufträgen haben Sie in den letzten zwei Jahren im Ausland übernommen? | Basis: Total N=0 | Mehrfachantworten möglich | Angaben in % | \*keine Fallzahl

# INHALTSVERZEICHNIS

Management Summary

Methodischer Steckbrief und Verbandsstruktur

Dienstleistungen der Branche und Verbandsarbeit

Human Resources

Budget

Internationalisierung

➤ **Formate und Technologie**

Teilnahme an Ausschreibungen

Nachhaltigkeit

Herausforderungen und Massnahmen



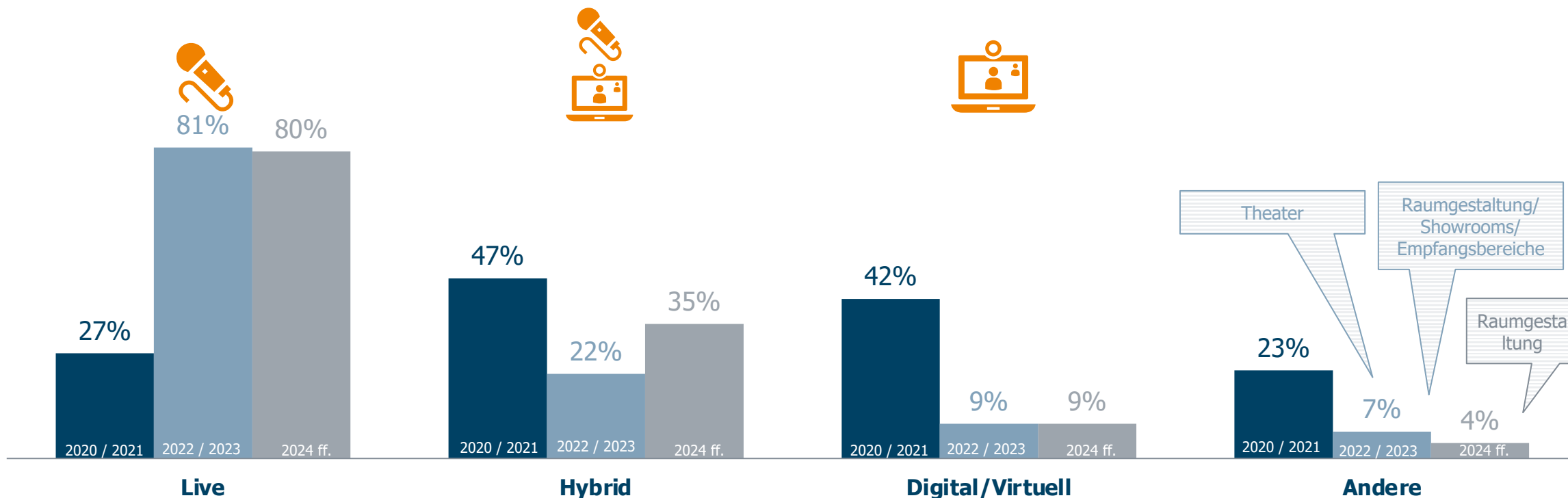


## Live-Formate haben nach Pandemieende stark korrigieren können. Digitale und hybride Formate sind erwartungsgemäss stark zurückgegangen.

- Die Event- / Live-Kommunikationsbranche hat sich nach dem Ende der Pandemie markant zu dem verändert, was sie davor war. Insgesamt haben somit **Live-Formate** wieder stark an Bedeutung gewonnen. Das haben v.a. **EXPO EVENT** und **svtb** Mitglieder deutlich gespürt. Für über 80% der Unternehmen haben Live-Formate die stärkste Zuwachsrate in den letzten zwei Jahren gehabt.
- Für die nächsten Jahre wird besonders dem **Hybriden-Format** ein gewisses Wachstumspotential eingeräumt.
- Obwohl dem **Hybrid-Format** ein Wachstum für die nächsten Jahre vorhergesagt wird, ist in der Branche eine gewisse Unsicherheit bzgl. der allgemeinen **Entwicklung in Zukunft (2024 f.)** festzustellen: 42% der svtb- aber nur 24% der EXPO EVENT Mitglieder sehen darin ein grosses Wachstumspotential.
- Für eine weitere **Zunahme** der Live-Formate in 2024 sprechen die noch nicht ausgeschöpfte Entwicklung nach dem Einbruch in der Pandemie. Das Live-Erlebnis wird in einer digital geprägten Arbeitswelt kaum zu ersetzen sein.
- Viele Unternehmen haben in der Vergangenheit ihr Geschäftsmodell mit diversen Online-Technologien ergänzt. Insgesamt ist das Live-Streaming die am meisten bevorzugte Technologie – trotz der markanten Abnahme verglichen zu 2022.
- Bei **EXPO EVENT** profitieren die meisten von Audio- und Videoproduktionen. Bild- und Videoportale sowie 3D-Technologien haben am meisten an Bedeutung gewonnen.
- Unter **svtb** Mitgliedern hat die Bedeutung von Live-Streaming sowie Audio- und Videoproduktionen im Vergleich zu 2022 abgenommen. Dennoch bleiben diese die wichtigste Ergänzung der Event- und Live-Kommunikationsformate.

# Die Live-Formate haben sich von der Pandemie deutlich erholt. Digitale und hybride Formate sind erwartungsgemäss stark zurückgegangen.

Live Formate / hybride Formate: Zuwachsraten in 2020/2021, 2022/2023 und Wachstumspotential in 2024 ff.



Q8.1 Der Bereich Event / Live-Kommunikation hat sich in den vergangenen zwei Jahren zwangsläufig verändert. Welche Formate hatten in Ihrer Unternehmung die grössten Zuwachsraten in 2022 / 2023?

Basis: Total N=81 | Mehrfachantworten möglich | Angaben in % | Offene Antwort

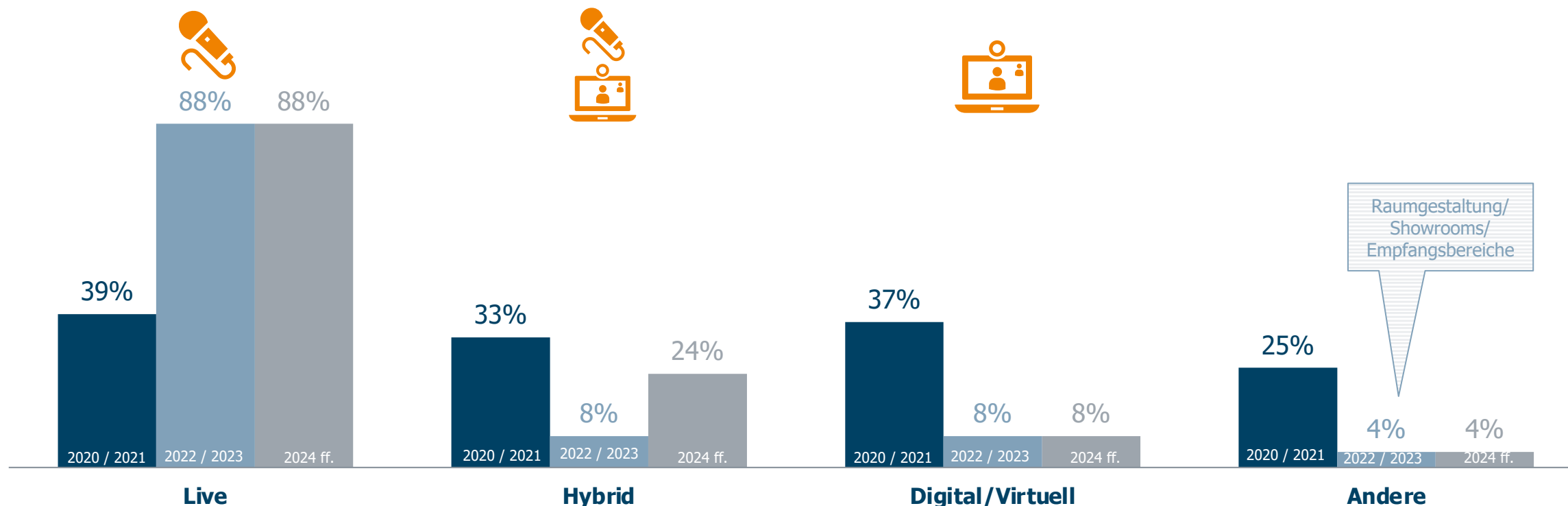
Q8.2 Bei welchen Formaten sehen Sie auch zukünftig das grösste Wachstumspotential (2024 ff.)?

Basis: Total N=81 | Mehrfachantworten möglich | Angaben in % | Offene Antwort



## Live Formate haben aus Sicht der EXPO EVENT Mitglieder sehr stark korrigiert. In Zukunft wird eine Zunahme der Hybrid-Formate erwartet.

Live Formate / hybride Formate: Zuwachsraten in 2020/2021, 2022/2023 und Wachstumspotential in 2024 ff.



Q8.1 Der Bereich Event / Live-Kommunikation hat sich in den vergangenen zwei Jahren zwangsläufig verändert. Welche Formate hatten in Ihrer Unternehmung die grössten Zuwachsraten in 2022 / 2023?

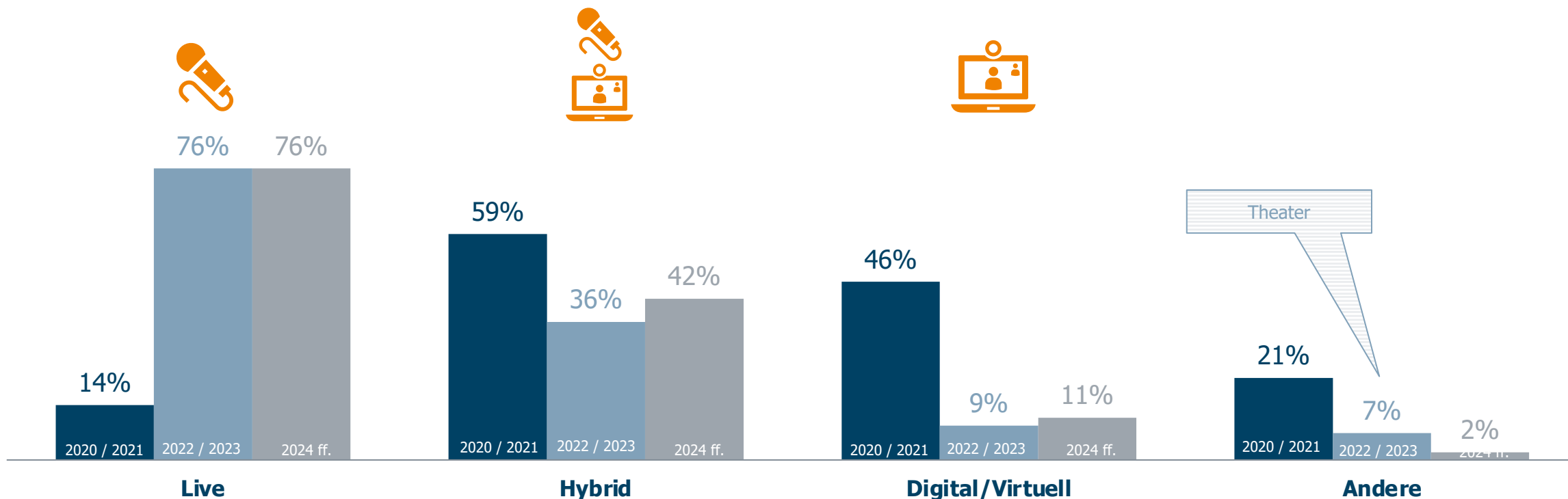
Basis: Total N=25 | Mehrfachantworten möglich | Angaben in % | Offene Antwort

Q8.2 Bei welchen Formaten sehen Sie auch zukünftig das grösste Wachstumspotential (2024 ff.)?

Basis: Total N=25 | Mehrfachantworten möglich | Angaben in % | Offene Antwort

# Die Mitglieder des svtb haben im Vergleich zu anderen Verbänden ein stärkeres Wachstum bei hybriden Formaten zu verzeichnen.

Live Formate / hybride Formate: Zuwachsraten in 2020/2021, 2022/2023 und Wachstumspotential in 2024 ff.



Q8.1 Der Bereich Event / Live-Kommunikation hat sich in den vergangenen zwei Jahren zwangsläufig verändert. Welche Formate hatten in Ihrer Unternehmung die grössten Zuwachsraten in 2022 / 2023?

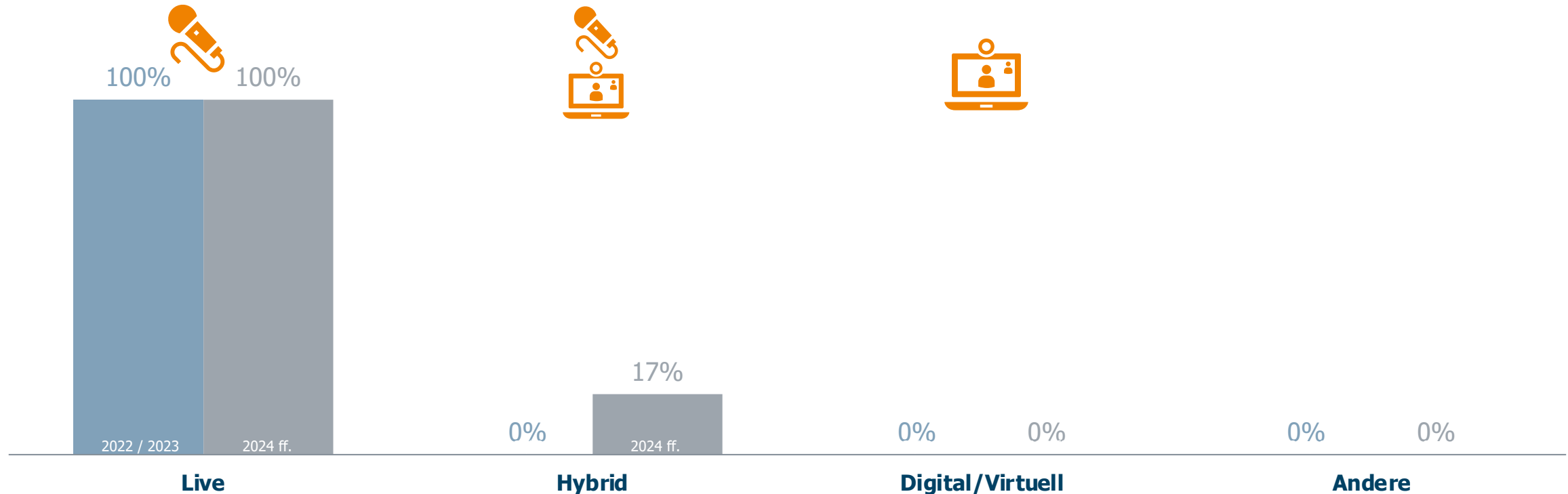
Basis: Total N=45 | Mehrfachantworten möglich | Angaben in % | Offene Antwort

Q8.2 Bei welchen Formaten sehen Sie auch zukünftig das grösste Wachstumspotential (2024 ff.)?

Basis: Total N=45 | Mehrfachantworten möglich | Angaben in % | Offene Antwort

# Die Mitglieder von TECTUM verzeichnen Zuwachsraten und Wachstumspotenzial bei Live-Formaten und einige sehen gewisses Potenzial bei hybriden Formaten.

Live Formate / hybride Formate: Zuwachsraten in 2022/2023 und Wachstumspotential in 2024 ff.



Q8.1 Der Bereich Event / Live-Kommunikation hat sich in den vergangenen zwei Jahren zwangsläufig verändert. Welche Formate hatten in Ihrer Unternehmung die grössten Zuwachsraten in 2022 / 2023?

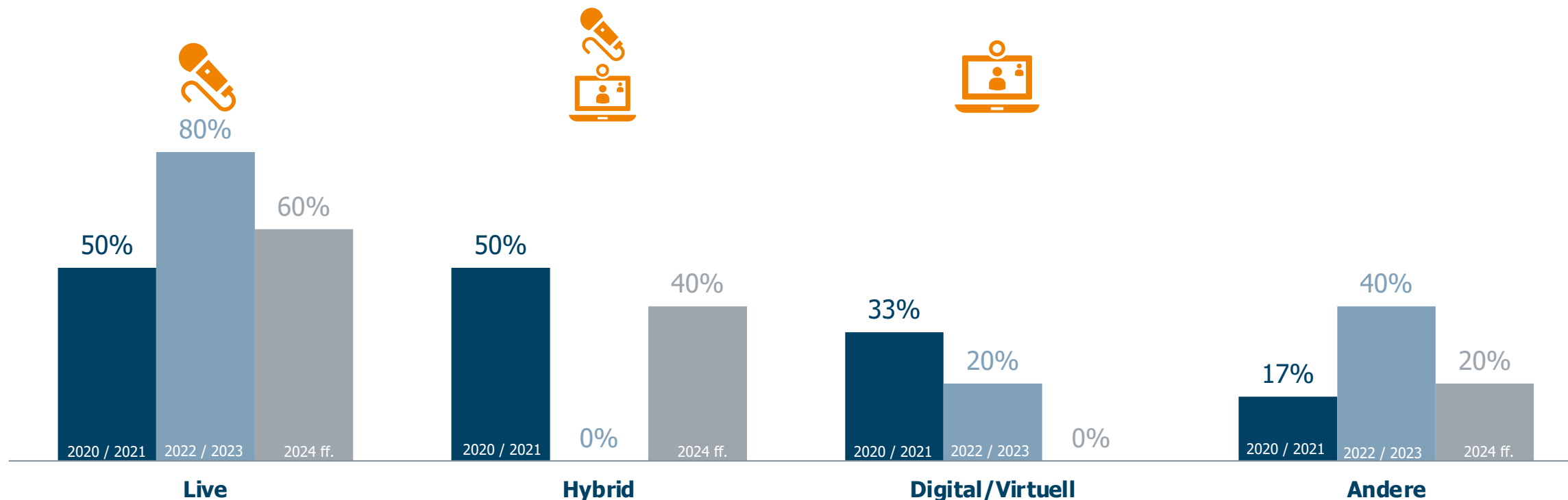
Basis: Total N=6 | Mehrfachantworten möglich | Angaben in %

Q8.2 Bei welchen Formaten sehen Sie auch zukünftig das grösste Wachstumspotential (2024 ff.)?

Basis: Total N=6 | Mehrfachantworten möglich | Angaben in %

# Für VSSA scheint eine Entwicklung in Richtung hybride Formate starkes Potential zu haben.

Live Formate / hybride Formate: Zuwachsraten in 2020/2021, 2022/2023 und Wachstumspotential in 2024 ff.



Q8.1 Der Bereich Event / Live-Kommunikation hat sich in den vergangenen zwei Jahren zwangsläufig verändert. Welche Formate hatten in Ihrer Unternehmung die grössten Zuwachsraten in 2022 / 2023?

Basis: Total N=5 | Mehrfachantworten möglich | Angaben in %

Q8.2 Bei welchen Formaten sehen Sie auch zukünftig das grösste Wachstumspotential (2024 ff.)?

Basis: Total N=5 | Mehrfachantworten möglich | Angaben in %

# Fast 50% der befragten Unternehmen erwarten eine gleichbleibende Entwicklung der Live-Formate, was einem Zuwachs von 16% im Vergleich zu 2022 entspricht.



## Entwicklung Live-Formate in 2024 im Vgl. zu 2019



### Gründe für Abnahme der Live-Formate

- Der Nachholbedarf der Coronakrise ist mittlerweile durch, somit denke ich wird die Auftragslage wieder auf ein "normales" Niveau zurückkehren.
- Formate wie Generalversammlungen werden nicht mehr live durchgeführt werden. Ebenso werden insbesondere Netzwerkanlässe wegfallen.
- Kleinere Veranstalter können sich es nicht mehr leisten. Zu viele kleine Events gleichzeitig.
- Grundsätzlich weniger Ausgaben in den Unternehmungen, Übersättigung des Marktes mit Veranstaltungen.
- Kleinere Veranstalter können sich es nicht mehr leisten. Zu viele kleine Events gleichzeitig.

### Gründe für gleich bleibende Entwicklung

- Der Markt für Live-Events ist gesättigt.
- Die Anzahl der Events wird in etwa gleich bleiben, oder sich wieder auf dem 2019 Niveau einpendeln. Einzelne Arten von Events werden Abnehmen (GV) dafür andere sich erweitern.
- Konzerte generieren immer weniger gewinn.
- Die Grenze von Veranstaltungen ist nahezu erreicht.
- Es wird nicht mehr Events als in 2019 geben. Digitale und Hybride Events werden eher wieder verschwinden.
- Wunsch nach persönlichem Treffen ist spürbar, dennoch sind Veranstaltungsformate verschwunden und Budgets wurden umgelagert.
- Gewisse Müdigkeit aus der "Coronazeit" für digitale Events, Streams ect. Diese werden nicht zunehmen, eher abnehmen. Meiner Beobachtung nach, wurden Live-Events nach Corona nur zögerlich wieder durchgeführt und erst im aktuellen Jahr erreichen wir die gleiche Dichte an Live Events wie 2019.

### Gründe für Zunahme der Live-Formate

- Die dominierenden Säulen des Marketings werden in Zukunft noch stärker Digital-Marketing und Live-Communications sein. Man ist sich nicht mal in unserer Branche bewusst, wie wichtig der Direktkontakt mit Kunden ist. Längerfristig werden Budgets von der klassischen Werbung nicht nur in den Digitalbereich, sondern auch in den Live-Bereich abwandern.
- Importanza dell'evento come canale di marketing e di affezione del cliente al brand.
- Die Live-Entertainment Branche hat sich noch nicht vollständig erholt von der Pandemie. Live-Events gewinnen in der immer digitaler werdenden Welt an Bedeutung. Das Live-Erlebnis kann nicht ersetzt werden.
- Personen möchten sich gerne wieder treffen. Konzerte werden Live sehr geschätzt.

Q8.3 Was denken Sie, werden die Live Formate im 2024 im Vergleich zum Jahr 2019 zunehmen, gleich bleiben oder abnehmen? | Basis: Total N=81 | Angaben in %

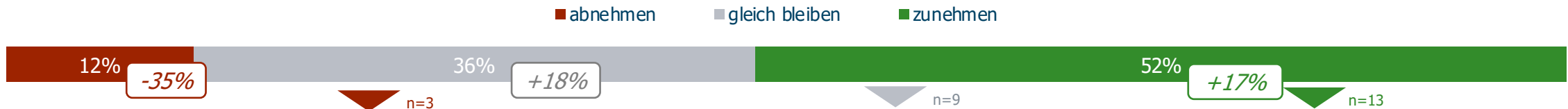
Q8.4 Warum schätzen Sie die Chancen als [ANTWORT 8.3] ein? | Basis: Befragte, die vermuten, dass Live Formate in 2024 im Vergleich zum Jahr 2019 zunehmen / gleich bleiben / abnehmen | Offene Frage | Top Nennungen



# Die meisten Mitglieder von EXPO EVENT sind zuversichtlich und sehen Potenzial für eine Zunahme von Live-Formaten.



Entwicklung Live-Formate in 2022 im Vgl. zu 2019



## Gründe für Abnahme der Live-Formate

Formate wie Generalversammlungen werden nicht mehr live durchgeführt werden. Ebenso werden insbesondere Netzwerkanlässe wegfallen.

## Gründe für gleich bleibende Entwicklung

Die Anzahl der Events wird in etwa gleich bleiben, oder sich wieder auf dem 2019 Niveau einpendeln. Einzelne Arten von Events werden Abnehmen (GV) dafür andere sich erweitern.

Ich denke das der Wachstum stagniert und wir schon mit dem einen kleinen Erfolg haben werden.

Wunsch nach persönlichem Treffen ist spürbar, dennoch sind Veranstaltungsformate verschwunden und Budgets wurden umgelagert.

par rapport aux demandes de nos clients qui reviennent tous à des contacts en direct

## Gründe für Zunahme der Live-Formate

Die dominierenden Säulen des Marketings werden in Zukunft noch stärker Digital-Marketing und Live-Communications sein. Man ist sich nicht mal in unserer Branche bewusst, wie wichtig der Direktkontakt mit Kunden ist. Längerfristig werden Budgets von der klassischen Werbung nicht nur in den Digitalbereich, sondern auch in den Live-Bereich abwandern.

la gente vuole incontrarsi e fare networking

Importanza dell'evento come canale di marketing e di affezione del cliente al brand.

Menschen wollen Menschen treffen - etwas Hybrid unterstützt, z.B. im Ausstellerservice bezw. in der Einbindung der Aussteller im Besuchermarketing-Prozess. Effektiv aber bauen wir auf Live-Events/Messen

Mehr Kunden sind mit Ihren Events auf uns aufmerksam geworden

Q8.3 Was denken Sie, werden die Live Formate im 2024 im Vergleich zum Jahr 2019 zunehmen, gleich bleiben oder abnehmen? | Basis: Total N=25 | Angaben in %

Q8.4 Warum schätzen Sie die Chancen als [ANTWORT 8.3] ein? | Basis: Befragte, die vermuten, dass Live Formate in 2022 im Vergleich zum Jahr 2019 zunehmen / gleich bleiben / abnehmen | Offene Frage | Top Nennungen



# Der Anteil der svbt Mitglieder, die eine gleichbleibende oder zunehmende Auslastung erwarten, ist gestiegen.



## Entwicklung Live-Formate in 2022 im Vgl. zu 2019



### Gründe für Abnahme der Live-Formate

**Gründe für Abnahme der Live-Formate (n=2)**

- Der Nachholbedarf der Coronakrise ist mittlerweile durch, somit denke ich wird die Auftragslage wieder auf ein "normales" Niveau zurückkehren.
- Kleinere Veranstalter können sich es nicht mehr leisten. Zu viele kleine Events gleichzeitig.

### Gründe für gleich bleibende Entwicklung

**Gründe für gleich bleibende Entwicklung (n=24)**

- Der Markt für Live-Events ist gesättigt.
- Es wird nicht mehr Events als in 2019 geben. Digitale und Hybride Events werden eher wieder verschwinden.
- Der Kunde will ein Konzert fühlen und erleben und nicht nur sehen im Bildschirm das Erlebnis miteinander zählt.
- Es wird nicht mehr Events als in 2019 geben. Digitale und Hybride Events werden eher wieder verschwinden.
- Gewisse Müdigkeit aus der "Coronazeit" für digitale Events, Streams ect. Diese werden nicht zunehmen, eher abnehmen. Meiner Beobachtung nach, wurden Live-Events nach Corona nur zögerlich wieder durchgeführt und erst im aktuellen Jahr erreichen wir die gleiche Dichte an Live Events wie 2019.

### Gründe für Zunahme der Live-Formate

**Gründe für Zunahme der Live-Formate (n=19)**

- Die Leute suchen vermehrt den realen Austausch/das reale Erlebnis.
- Emotionen auf Live-Erlebnisse sind ein Bedürfnis und können nicht mit einem digitalen Erlebnis verglichen werden. Informationsaustausch wird weiterhin vermehrt digital Verwendung finden.
- Ich stelle seit der Aufhebung der Corona-Massnahmen eine deutliche Abnahme von virtuellen oder Hybrid-Events fest. Somit müssten im Umkehrschluss die Live-Events wieder zunehmen.
- im Musikbereich in CH keine Einkommensmöglichkeit mehr mit Download/Tonträgern.
- Personen möchten sich gerne wieder treffen. Konzerte werden Live sehr geschätzt.

Q8.3 Was denken Sie, werden die Live Formate im 2024 im Vergleich zum Jahr 2019 zunehmen, gleich bleiben oder abnehmen? | Basis: Total N=45 | Angaben in %

Q8.4 Warum schätzen Sie die Chancen als [ANTWORT 8.3] ein? | Basis: Befragte, die vermuten, dass Live Formate in 2022 im Vergleich zum Jahr 2019 zunehmen / gleich bleiben / abnehmen | Offene Frage | Top Nennungen

# TECTUM Mitglieder rechnen mit einer gleichbleibenden Auslastung in den Live-Formaten im Vergleich zu 2019.



## Entwicklung Live-Formate in 2022 im Vgl. zu 2019



Q8.3 Was denken Sie, werden die Live Formate im 2024 im Vergleich zum Jahr 2019 zunehmen, gleich bleiben oder abnehmen? | Basis: Total N=6 | Angaben in % | \*geringe Fallzahl

Q8.4 Warum schätzen Sie die Chancen als [ANTWORT 8.3] ein? | Basis: Befragte, die vermuten, dass Live Formate in 2022 im Vergleich zum Jahr 2019 zunehmen / gleich bleiben / abnehmen | Offene Frage | Top Nennungen

# Die VSSA-Mitglieder erwarten für das Jahr 2024 eine gleich hohe oder sogar höhere Auslastung der Live-Formate.



Entwicklung Live-Formate in 2022 im Vgl. zu 2019



## Gründe für gleich bleibende Entwicklung

Gründe für gleich bleibende Entwicklung (n=3):

Die Pandemie ist schon wieder stark aus den Köpfen raus.

## Gründe für Zunahme der Live-Formate

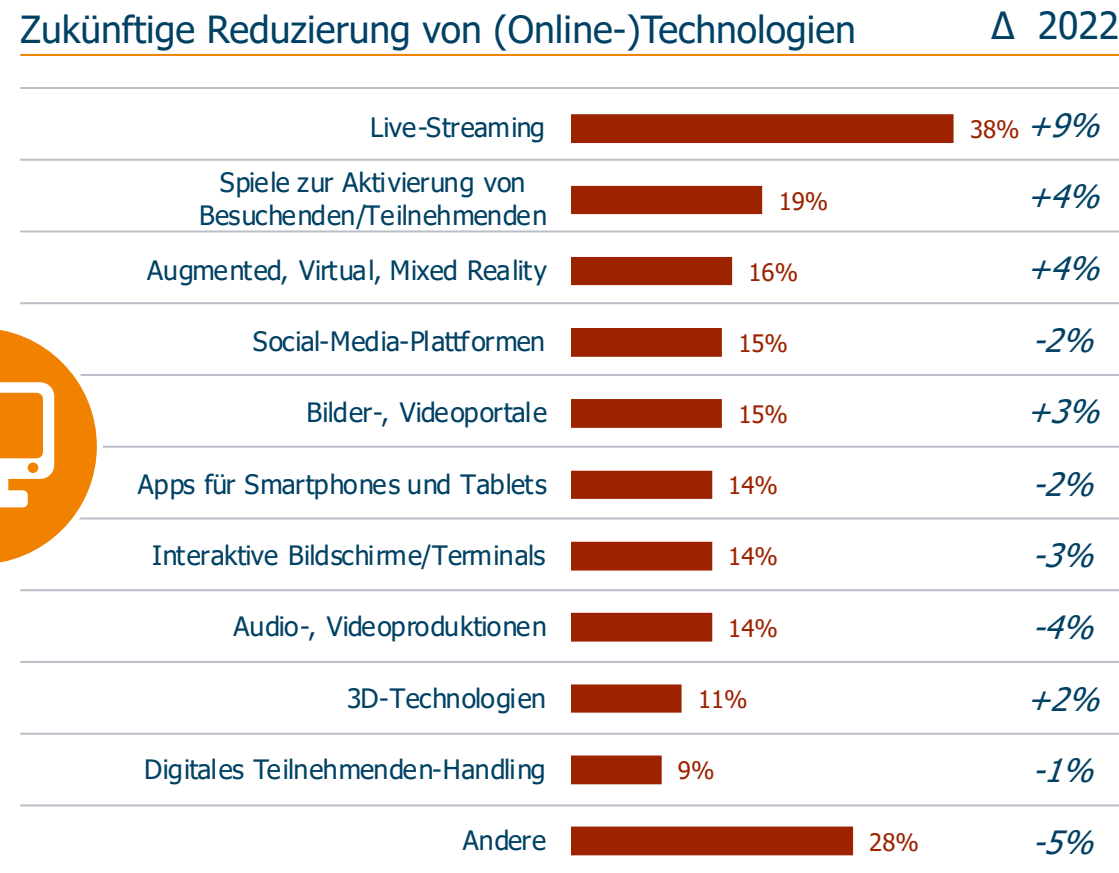
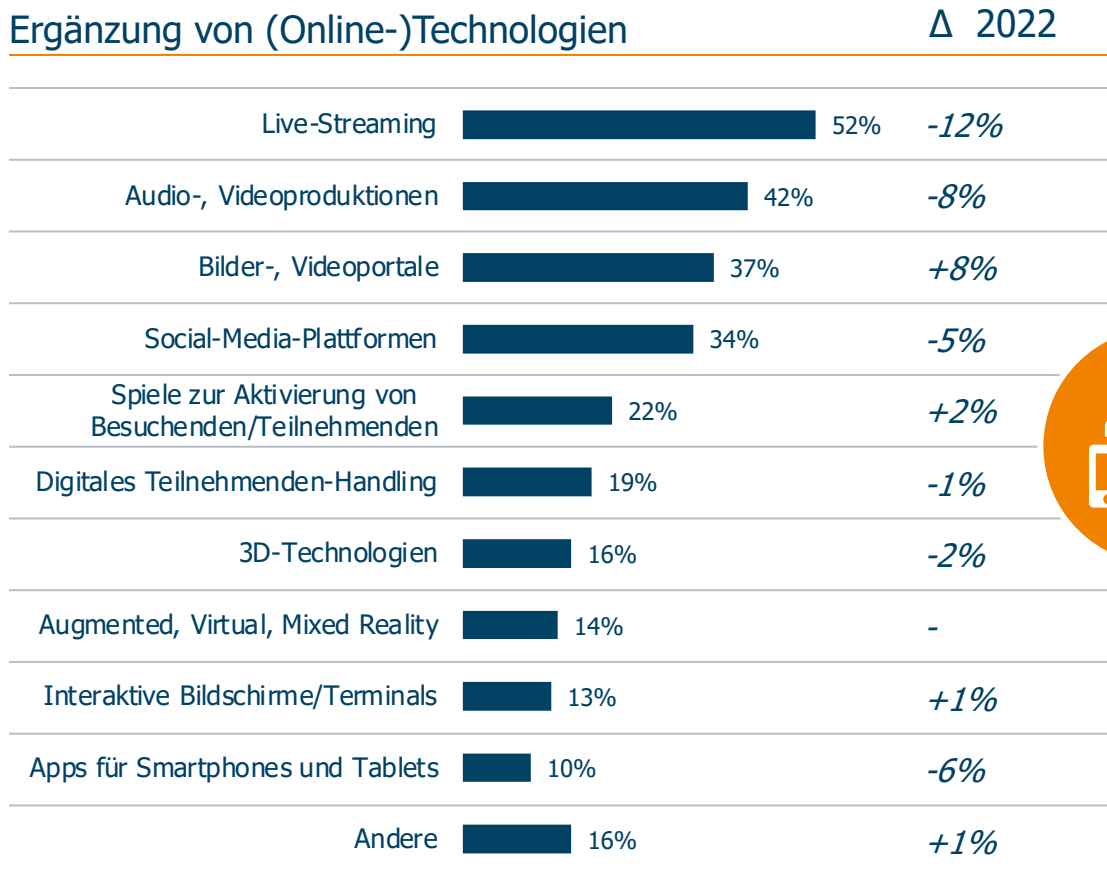
Gründe für Zunahme der Live-Formate (n=2):

Die Live-Entertainment Branche hat sich noch nicht vollständig erholt von der Pandemie. Live-Events gewinnen in der immer digitaler werdenden Welt an Bedeutung. Das Live-Erlebnis kann nicht ersetzt werden.

Q8.3 Was denken Sie, werden die Live Formate im 2024 im Vergleich zum Jahr 2019 zunehmen, gleich bleiben oder abnehmen? | Basis: Total N=5 | Angaben in % | \*geringe Fallzahl

Q8.4 Warum schätzen Sie die Chancen als [ANTWORT 8.3] ein? | Basis: Befragte, die vermuten, dass Live Formate in 2022 im Vergleich zum Jahr 2019 zunehmen / gleich bleiben / abnehmen | Offene Frage | Top Nennungen

# Live-Streaming bleibt trotz Reduzierung eine wichtige Ergänzung im Bereich der Event- und Live-Kommunikationsformate.



Q9.1 Mit welchen der folgenden (Online-)Technologien haben Sie die Event / Live-Kommunikationsformate in den letzten zwei Jahren ergänzt? | Basis: Total N=79 | Mehrfachantworten möglich | Angaben in %

Q9.2 Welche der folgenden (Online-)Technologien werden Sie zukünftig weniger einsetzen? Basis: Total N=79 | Mehrfachantworten möglich | Angaben in %

## Bei EXPO EVENT profitieren die meisten von Audio- und Videoproduktionen. Bild- und Videoportale sowie 3D-Technologien haben am meisten an Bedeutung gewonnen.

Ergänzung von (Online-)Technologien		Δ 2022
Audio-, Videoproduktionen	52%	+9%
Live-Streaming	44%	-11%
Social-Media-Plattformen	40%	-19%
Bilder-, Videoportale	36%	+11%
Spiele zur Aktivierung von Besuchenden/Teilnehmenden	36%	+3%
3D-Technologien	36%	+11%
Interaktive Bildschirme/Terminals	28%	+10%
Digitales Teilnehmenden-Handling	24%	-1%
Augmented, Virtual, Mixed Reality	24%	-1%
Apps für Smartphones und Tablets	20%	-
Andere	12%	-4%























Zukünftige Reduzierung von (Online-)Technologien		Δ 2022
Live-Streaming	44%	+19%
Spiele zur Aktivierung von Besuchenden/Teilnehmenden	36%	+18%
3D-Technologien	36%	+28%
Social-Media-Plattformen	28%	+12%
Audio-, Videoproduktionen	28%	+6%
Augmented, Virtual, Mixed Reality	24%	+10%
Bilder-, Videoportale	20%	+8%
Interaktive Bildschirme/Terminals	20%	-4%
Apps für Smartphones und Tablets	16%	-8%
Digitales Teilnehmenden-Handling	16%	+4%
Andere	16%	-11%

Q9.1 Mit welchen der folgenden (Online-)Technologien haben Sie die Event / Live-Kommunikationsformate in den letzten zwei Jahren ergänzt? | Basis: Total N=25 | Mehrfachantworten möglich | Angaben in %

Q9.2 Welche der folgenden (Online-)Technologien werden Sie zukünftig weniger einsetzen? | Basis: Total N=25 | Mehrfachantworten möglich | Angaben in %

# Die Bedeutung von Live-Streaming sowie Audio- und Videoproduktionen hat im Vergleich zu 2022 abgenommen. Sie bleiben trotzdem die wichtigste Ergänzung.

Ergänzung von (Online-)Technologien		Δ 2022
Live-Streaming	 64%	-9%
Audio-, Videoproduktionen	 43%	-12%
Bilder-, Videoportale	 41%	+9%
Social-Media-Plattformen	 25%	+3%
Digitales Teilnehmenden-Handling	 18%	+3%
Spiele zur Aktivierung von Besuchenden/Teilnehmenden	 14%	+8%
Augmented, Virtual, Mixed Reality	 11%	+6%
Interaktive Bildschirme/Terminals	 7%	-1%
3D-Technologien	 5%	-7%
Apps für Smartphones und Tablets	0%	-11%
Andere	 14%	-1%

Zukünftige Reduzierung von (Online-)Technologien		Δ 2022
Live-Streaming	 39%	+3%
Bilder-, Videoportale	 14%	+1%
Social-Media-Plattformen	 11%	-9%
Apps für Smartphones und Tablets	 11%	-
Spiele zur Aktivierung von Besuchenden/Teilnehmenden	 11%	-3%
Augmented, Virtual, Mixed Reality	 11%	-2%
Interaktive Bildschirme/Terminals	 9%	-2%
Audio-, Videoproduktionen	 9%	-8%
Digitales Teilnehmenden-Handling	 7%	-2%
3D-Technologien	0%	-11%
Andere	 30%	-4%

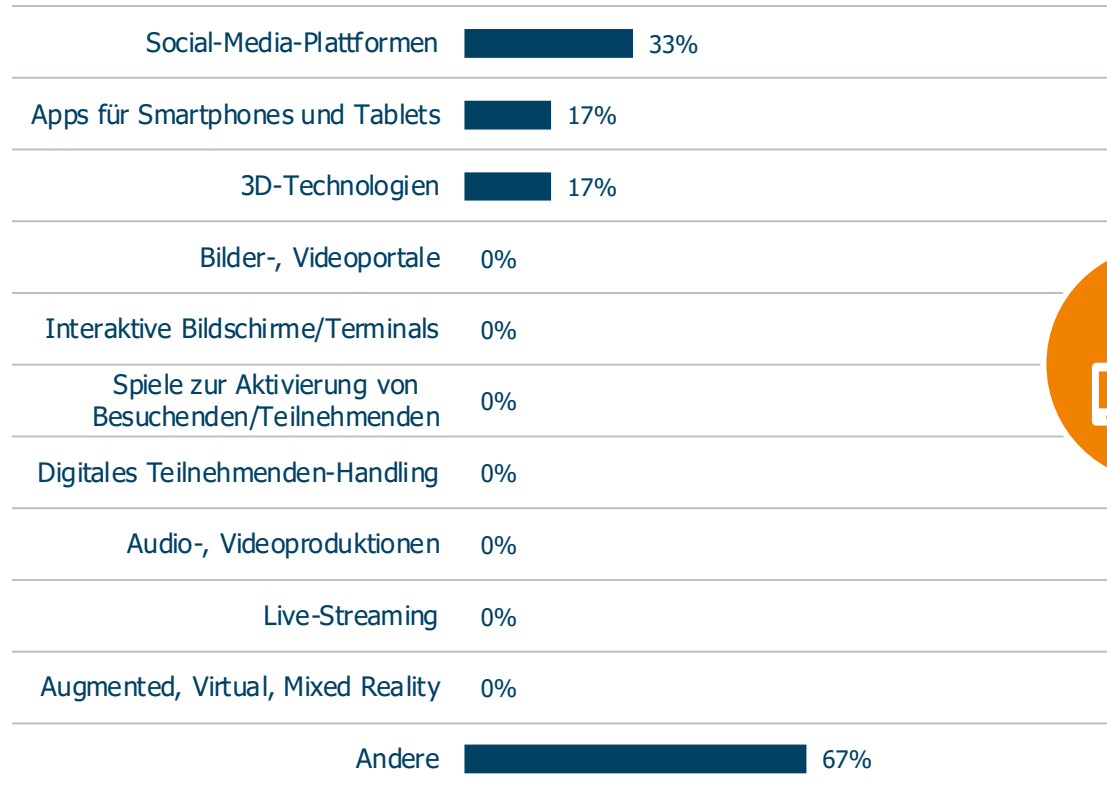


Q9.1 Mit welchen der folgenden (Online-)Technologien haben Sie die Event / Live-Kommunikationsformate in den letzten zwei Jahren ergänzt? | Basis: Total N=44 | Mehrfachantworten möglich | Angaben in %

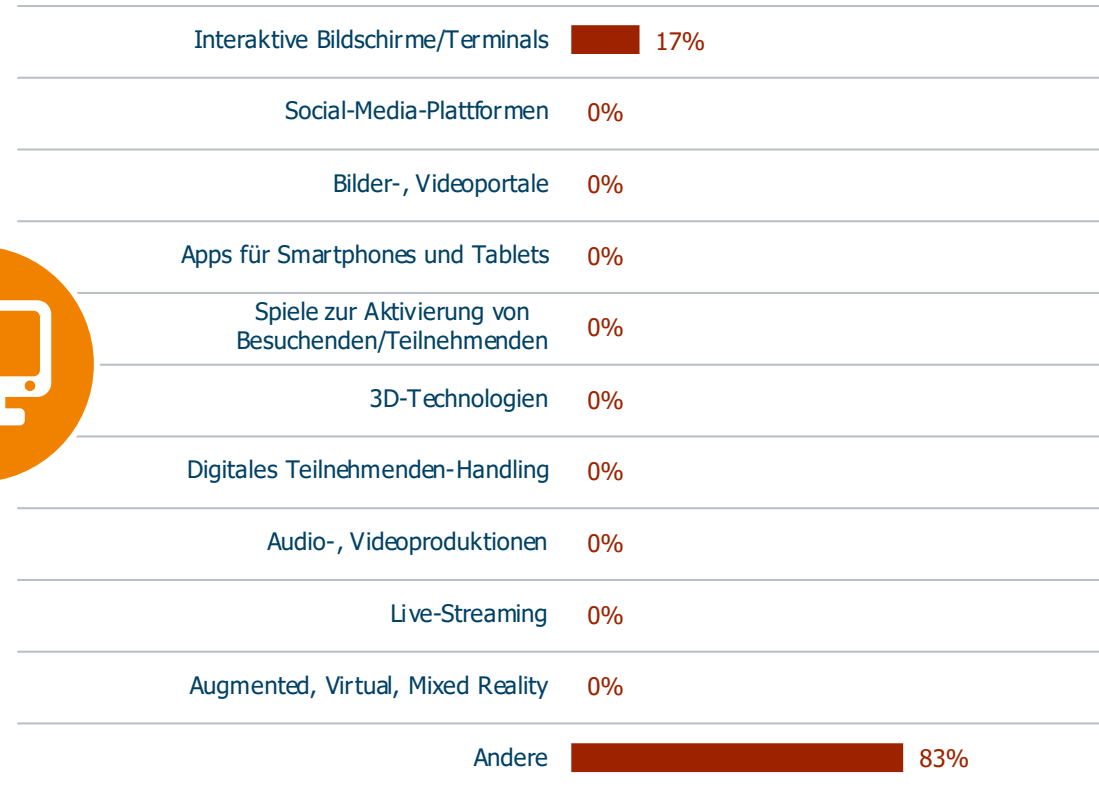
Q9.2 Welche der folgenden (Online-)Technologien werden Sie zukünftig weniger einsetzen? Basis: Total N=44 | Mehrfachantworten möglich | Angaben in %

# TECTUM Mitglieder haben in den letzten zwei Jahren vom Einsatz von Social-Media-Plattformen sowie Apps und 3D-Technologien profitieren können.

## Ergänzung von (Online-)Technologien



## Zukünftige Reduzierung von (Online-)Technologien



Q9.1 Mit welchen der folgenden (Online-)Technologien haben Sie die Event / Live-Kommunikationsformate in den letzten zwei Jahren ergänzt? | Basis: Total N=6 | Mehrfachantworten möglich | Angaben in %

Q9.2 Welche der folgenden (Online-)Technologien werden Sie zukünftig weniger einsetzen? Basis: Total N=6 | Mehrfachantworten möglich | Angaben in %

# Alle Befragten Unternehmen von VSSA haben von Social-Media-Plattformen stark profitiert.

Ergänzung von (Online-)Technologien		Δ 2022
Social-Media-Plattformen	<div style="width: 100%;"><div style="width: 100%;"></div></div> 100%	+67%
Bilder-, Videoportale	<div style="width: 50%;"><div style="width: 50%;"></div></div> 50%	+17%
Apps für Smartphones und Tablets	<div style="width: 50%;"><div style="width: 50%;"></div></div> 50%	+17%
Spiele zur Aktivierung von Besuchenden/Teilnehmenden	<div style="width: 50%;"><div style="width: 50%;"></div></div> 50%	+17%
Live-Streaming	<div style="width: 50%;"><div style="width: 50%;"></div></div> 50%	-17%
3D-Technologien	<div style="width: 25%;"><div style="width: 25%;"></div></div> 25%	+8%
Digitales Teilnehmenden-Handling	<div style="width: 25%;"><div style="width: 25%;"></div></div> 25%	+8%
Audio-, Videoproduktionen	<div style="width: 25%;"><div style="width: 25%;"></div></div> 25%	-25%
Interaktive Bildschirme/Terminals	0%	-
Augmented, Virtual, Mixed Reality	0%	-
Andere	0%	-33%



Zukünftige Reduzierung von (Online-)Technologien		Δ 2022
Apps für Smartphones und Tablets	<div style="width: 50%;"><div style="width: 50%;"></div></div> 50%	+50%
Live-Streaming	<div style="width: 50%;"><div style="width: 50%;"></div></div> 50%	+50%
Augmented, Virtual, Mixed Reality	<div style="width: 50%;"><div style="width: 50%;"></div></div> 50%	+50%
Bilder-, Videoportale	<div style="width: 25%;"><div style="width: 25%;"></div></div> 25%	+25%
Interaktive Bildschirme/Terminals	<div style="width: 25%;"><div style="width: 25%;"></div></div> 25%	+8%
Spiele zur Aktivierung von Besuchenden/Teilnehmenden	<div style="width: 25%;"><div style="width: 25%;"></div></div> 25%	+25%
Social-Media-Plattformen	0%	-
3D-Technologien	0%	-
Digitales Teilnehmenden-Handling	0%	-
Audio-, Videoproduktionen	0%	-
Andere	0%	-83%

Q9.1 Mit welchen der folgenden (Online-)Technologien haben Sie die Event / Live-Kommunikationsformate in den letzten zwei Jahren ergänzt? | Basis: Total N=4 | Mehrfachantworten möglich | Angaben in % | \*geringe Fallzahl

Q9.2 Welche der folgenden (Online-)Technologien werden Sie zukünftig weniger einsetzen? Basis: Total N=4 | Mehrfachantworten möglich | Angaben in % | \*geringe Fallzahl



# INHALTSVERZEICHNIS

Management Summary

Methodischer Steckbrief und Verbandsstruktur

Dienstleistungen der Branche und Verbandsarbeit

Human Resources

Budget

Internationalisierung

Formate und Technologie

➤ **Teilnahme an Ausschreibungen**

Nachhaltigkeit

Herausforderungen und Massnahmen

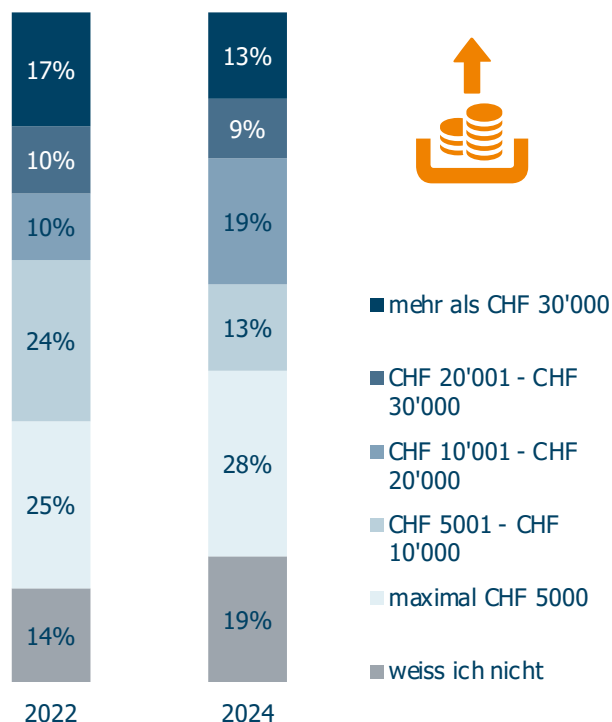


## Ein Grossteil der befragten Unternehmen hat sich nicht an Pitches beteiligt. Trotz hoher Kosten für eine Ausschreibung, wurden die meisten nicht vergütet.

- Im Durchschnitt haben die Befragten an 7.4 Pitches teilgenommen. Dabei haben sich lediglich 42% der Unternehmen an Pitches beteiligt. Trotz hoher Investitionen, wurden die meisten Angebotspräsentationen nicht vergütet.
- Am häufigsten haben sich **EXPO EVENT** Mitglieder an Pitches beteiligt. Nahezu zwei Drittel haben an Ausschreibungen teilgenommen. Für über die Hälfte aller Pitches gab es kein Honorar.
- Bei **svtb** zeigt sich ein ähnliches Bild, obwohl hier deutlich weniger Unternehmen überhaupt an Ausschreibungen teilnehmen konnten.

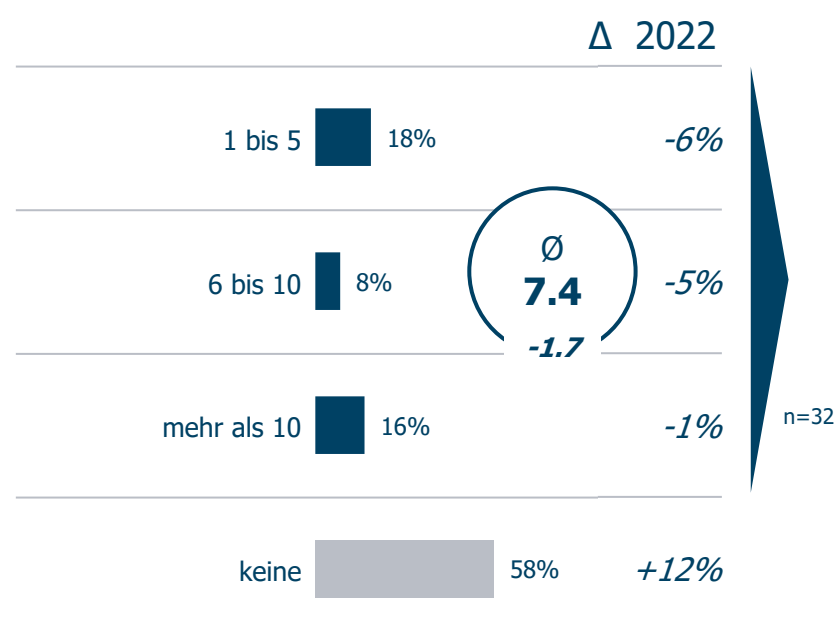
# 58% der Unternehmen haben in den Jahren 2022 und 2023 an keiner Ausschreibung teilgenommen. Im Durchschnitt sind es 1.7 Ausschreibungen weniger.

## Durchschnittliche Kosten für einen Pitch



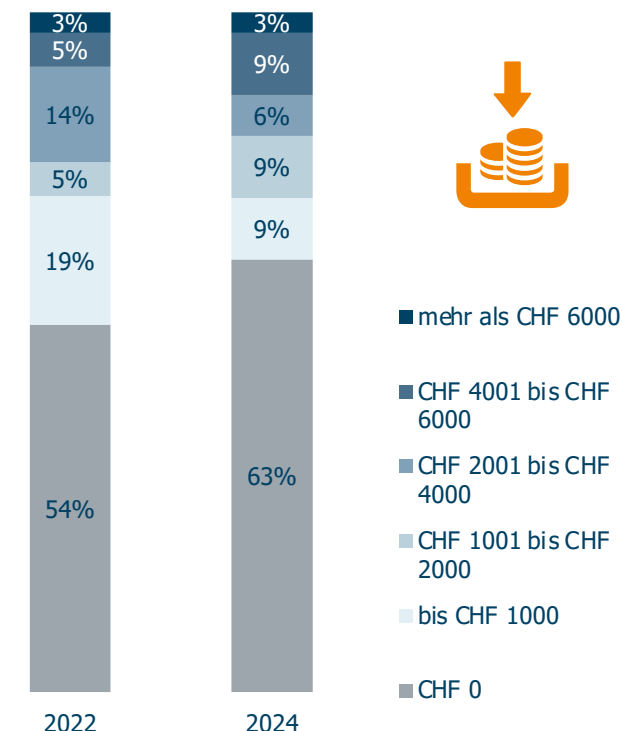
Q10.2 Wie hoch waren die durchschnittlichen Pitch / Ausschreibungs-Kosten pro Projekt in den Jahren 2022/2023 für Ihr Unternehmen?  
Basis: Befragte, die sich an Pitches / Ausschreibungen in 2022 / 2023 beteiligt haben | Angaben in %

## Anzahl Pitches in 2022 / 2023



Q10.1 An wie vielen Pitches / Ausschreibungen hat sich Ihr Unternehmen 2022 / 2023 beteiligt? Mit Pitches meinen wir Angebotspräsentationen mit mehreren Agenturen im Rahmen von Live-Kommunikationsaufträgen. | Basis: Total N=77 | Offene, numerische Frage | Angaben in %

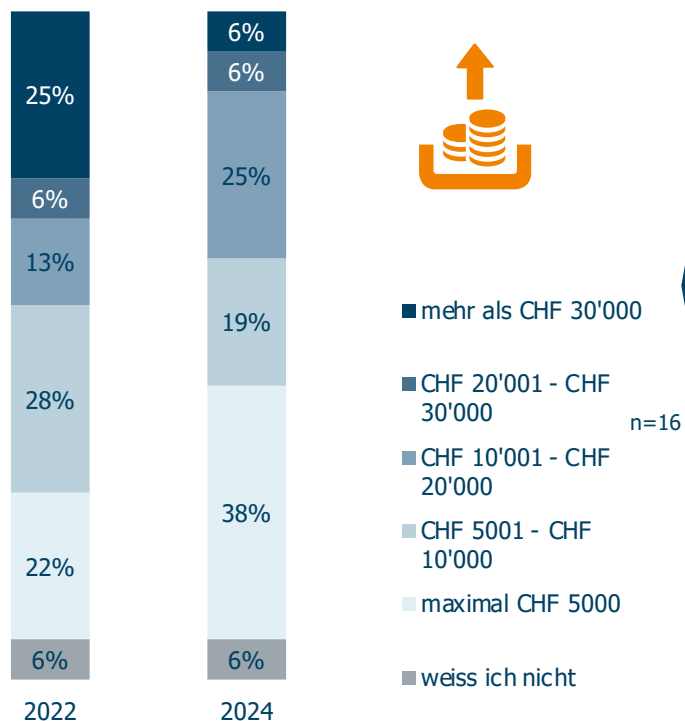
## Durchschnittliches Honorar für einen Pitch



Q10.3 Wie hoch waren im Durchschnitt die Honorare für einen Pitch in den Jahren 2022/2023? | Basis: Befragte, die sich an Pitches / Ausschreibungen in 2022 / 2023 beteiligt haben | Angaben in %

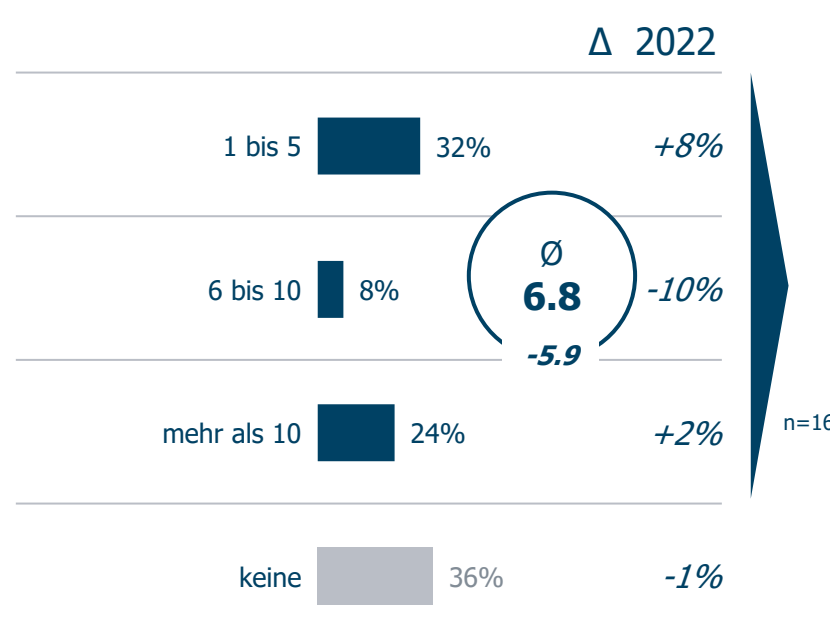
# Die Anzahl der Pitches bei EXPO EVENT Mitgliedern ist gesunken, während die Anzahl der Unternehmen, die keinen Pitch durchgeführt haben, konstant geblieben ist.

## Durchschnittliche Kosten für einen Pitch



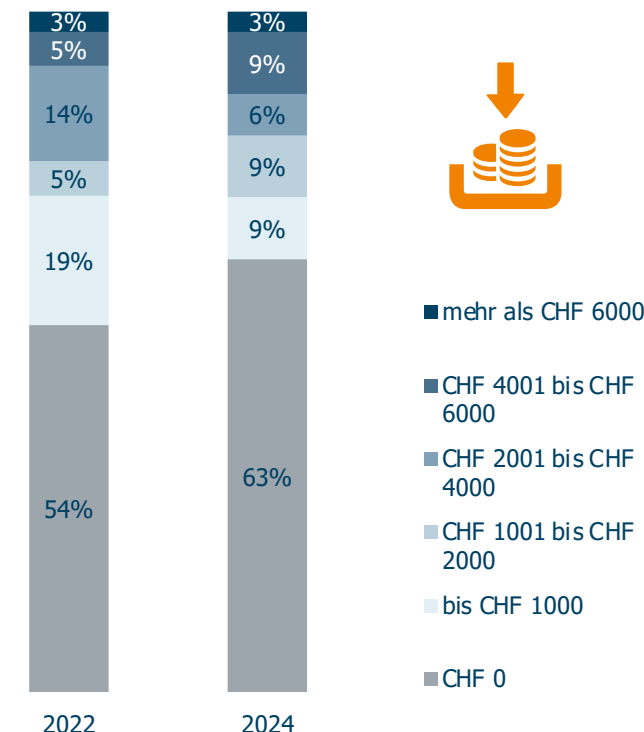
Q10.2 Wie hoch waren die durchschnittlichen Pitch / Ausschreibungs-Kosten pro Projekt in den Jahren 2022/2023 für Ihr Unternehmen? Basis: Befragte, die sich an Pitches / Ausschreibungen in 2022 / 2023 beteiligt haben | Angaben in %

## Anzahl Pitches in 2022 / 2023



Q10.1 An wie vielen Pitches / Ausschreibungen hat sich Ihr Unternehmen 2022 / 2023 beteiligt? Mit Pitches meinen wir Angebotspräsentationen mit mehreren Agenturen im Rahmen von Live-Kommunikationsaufträgen. | Basis: Total N=25 | Offene, numerische Frage | Angaben in %

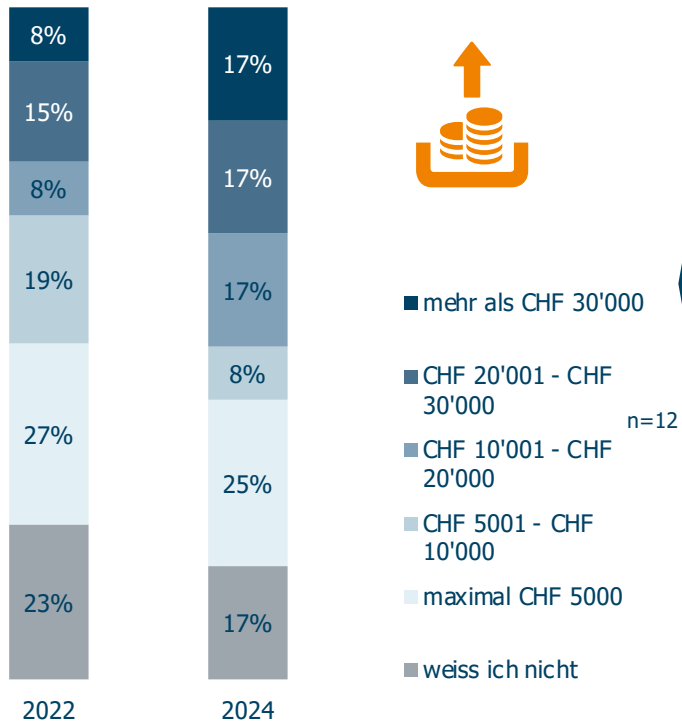
## Durchschnittliches Honorar für einen Pitch



Q10.3 Wie hoch waren im Durchschnitt die Honorare für einen Pitch in den Jahren 2022/2023? | Basis: Befragte, die sich an Pitches / Ausschreibungen in 2022 / 2023 beteiligt haben | Angaben in %

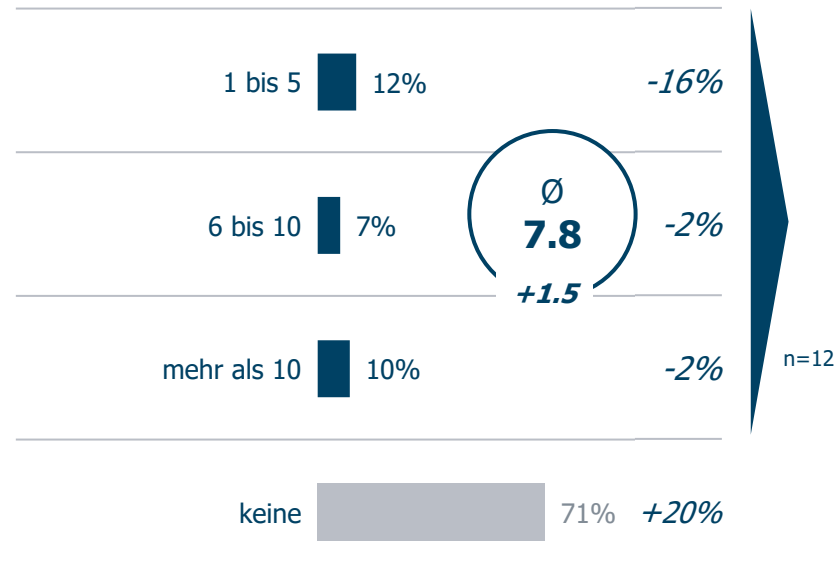
# 20% mehr Unternehmen als noch 2022 haben sich bei svbt an keinen Pitches beteiligt.

## Durchschnittliche Kosten für einen Pitch



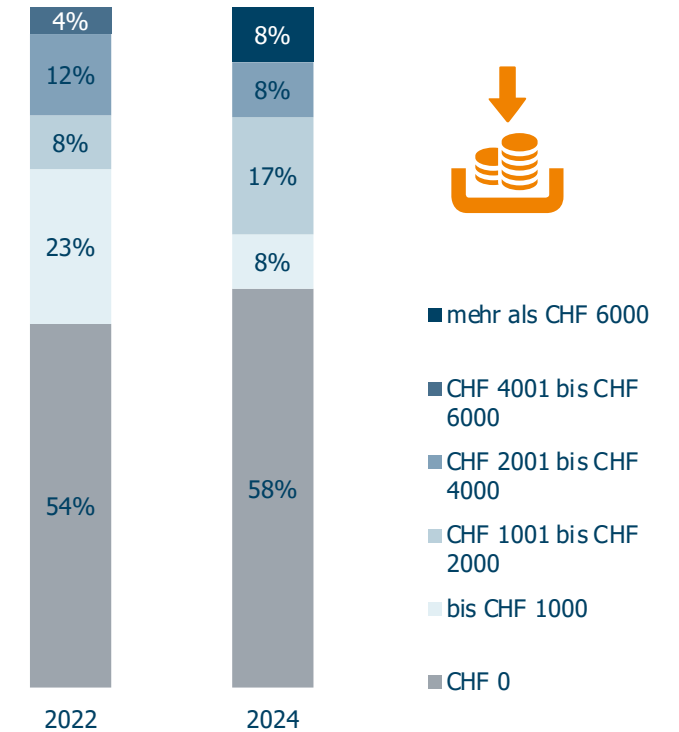
Q10.2 Wie hoch waren die durchschnittlichen Pitch / Ausschreibungs-Kosten pro Projekt in den Jahren 2022/2023 für Ihr Unternehmen? Basis: Befragte, die sich an Pitches / Ausschreibungen in 2022 / 2023 beteiligt haben | Angaben in %

## Anzahl Pitches in 2022 / 2023



Q10.1 An wie vielen Pitches / Ausschreibungen hat sich Ihr Unternehmen 2022 / 2023 beteiligt? Mit Pitches meinen wir Angebotspräsentationen mit mehreren Agenturen im Rahmen von Live-Kommunikationsaufträgen. | Basis: Total N=42 | Offene, numerische Frage | Angaben in %

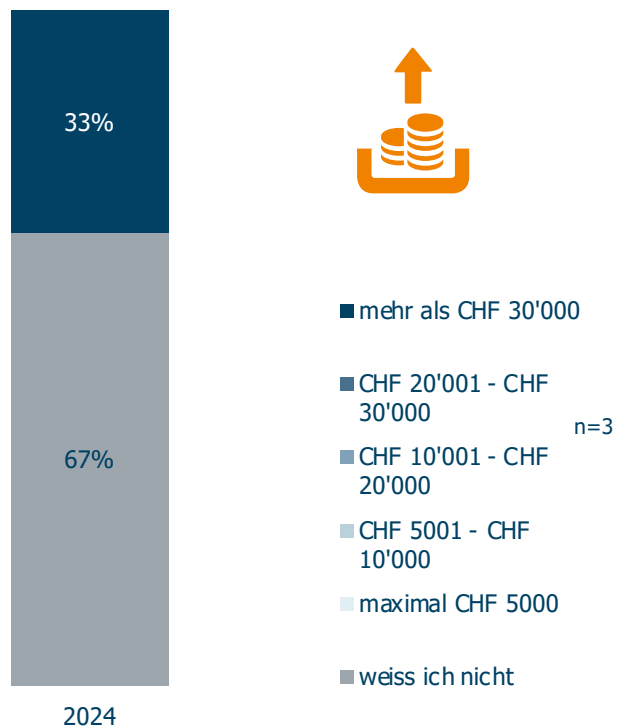
## Durchschnittliches Honorar für einen Pitch



Q10.3 Wie hoch waren im Durchschnitt die Honorare für einen Pitch in den Jahren 2022/2023? | Basis: Befragte, die sich an Pitches / Ausschreibungen in 2022 / 2023 beteiligt haben | Angaben in %

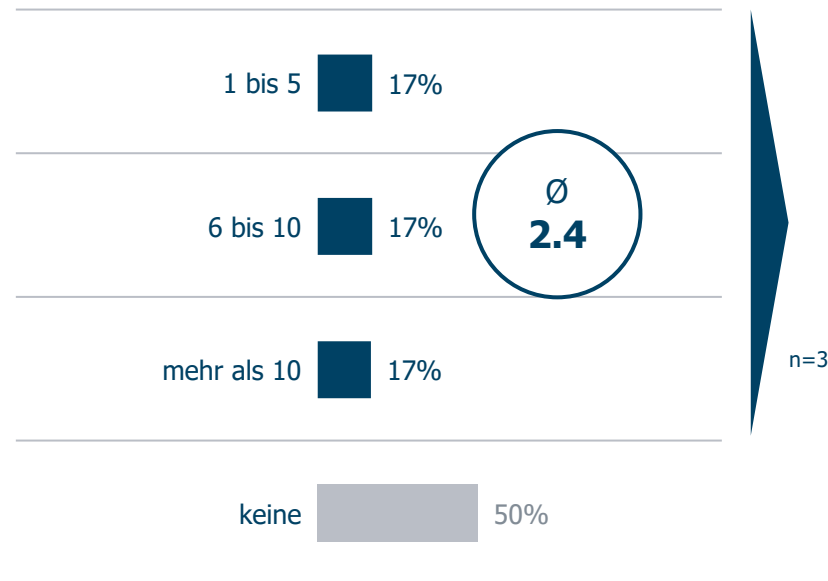
# Die Hälfte der TECTUM Unternehmen nimmt an Pitches teil, durchschnittlich 2.4 Pitches pro Unternehmen.

## Durchschnittliche Kosten für einen Pitch



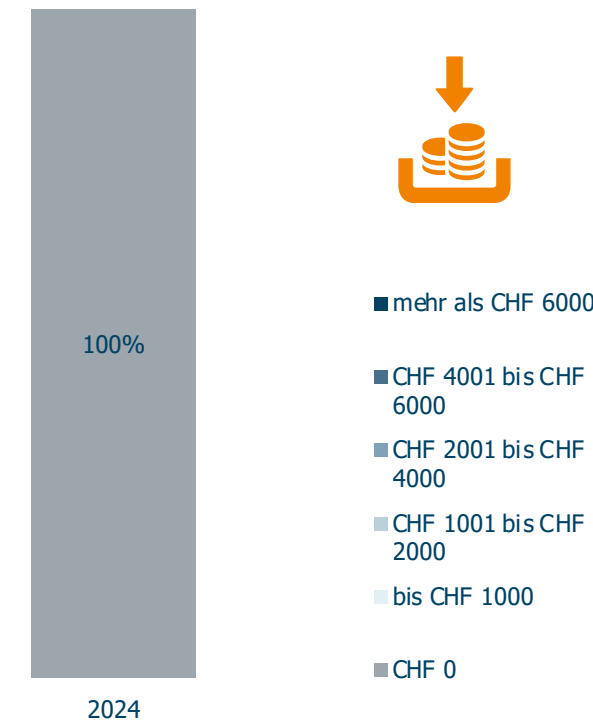
Q10.2 Wie hoch waren die durchschnittlichen Pitch / Ausschreibungs-Kosten pro Projekt in den Jahren 2022/2023 für Ihr Unternehmen? Basis: Befragte, die sich an Pitches / Ausschreibungen in 2022 / 2023 beteiligt haben | Angaben in %

## Anzahl Pitches in 2022 / 2023



Q10.1 An wie vielen Pitches / Ausschreibungen hat sich Ihr Unternehmen 2020 / 2021 beteiligt? Mit Pitches meinen wir Angebotspräsentationen mit mehreren Agenturen im Rahmen von Live-Kommunikationsaufträgen. | Basis: Total N=6 | Offene, numerische Frage | Angaben in % | \*geringe Fallzahl

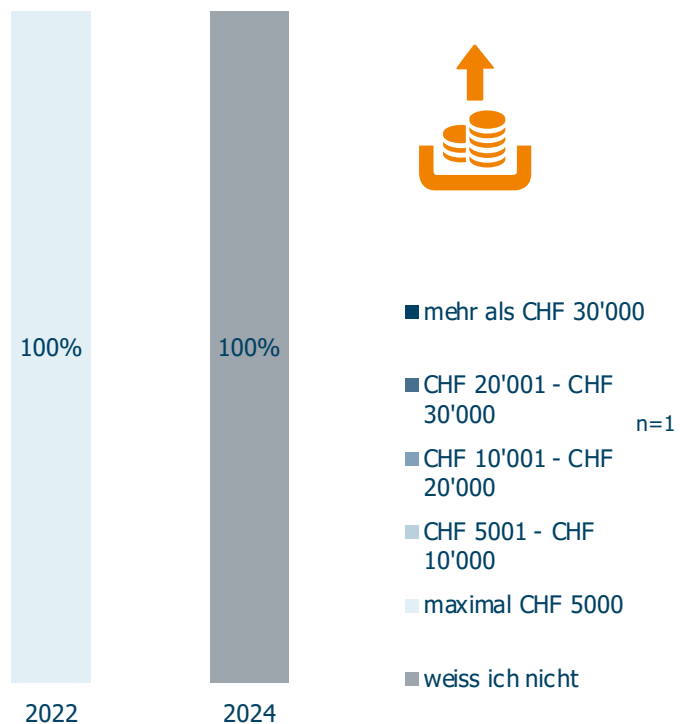
## Durchschnittliches Honorar für einen Pitch



Q10.3 Wie hoch waren im Durchschnitt die Honorare für einen Pitch in den Jahren 2022/2023? | Basis: Befragte, die sich an Pitches / Ausschreibungen in 2022 / 2023 beteiligt haben | Angaben in %

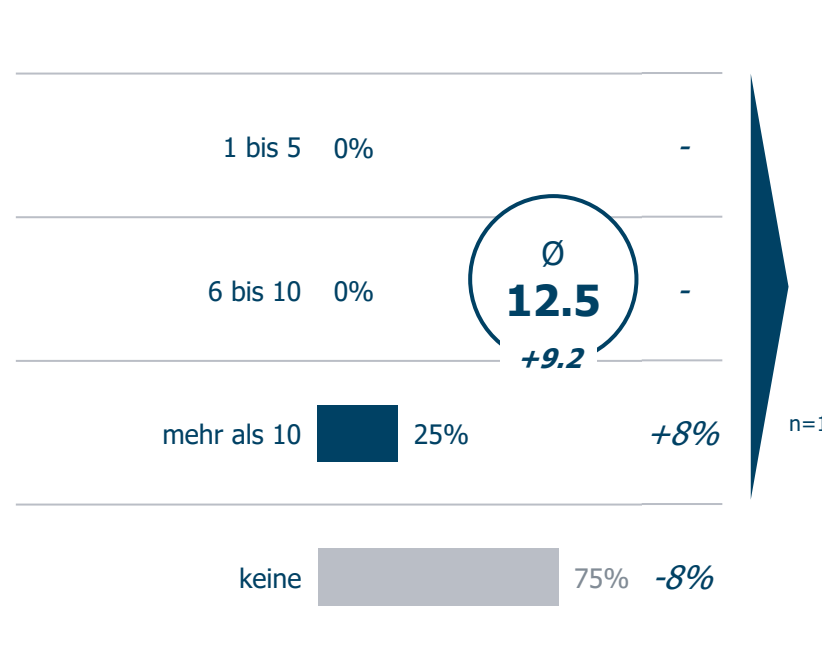
# Kaum Teilnahme an Pitches für VSSA-Mitglieder: Von den befragten Unternehmen hat eines an mehreren Pitches teilgenommen, für die kein Honorar gezahlt wurde.

## Durchschnittliche Kosten für einen Pitch



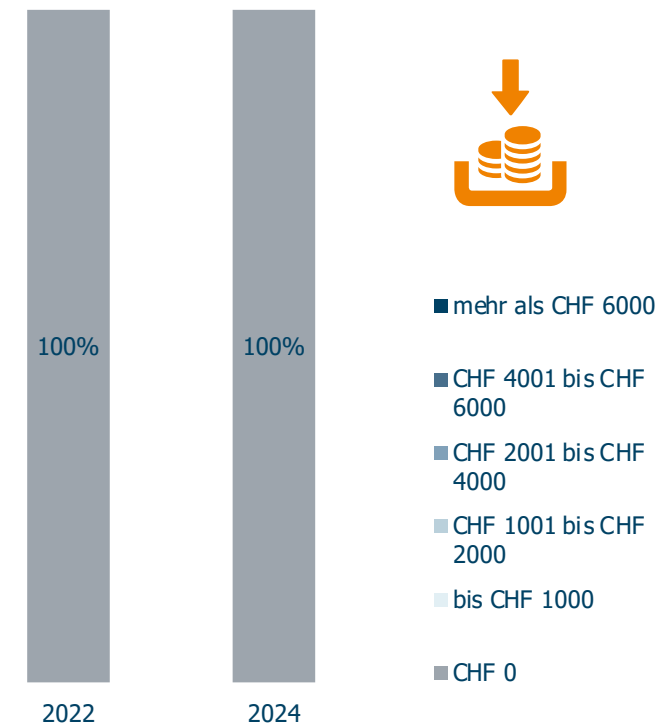
Q10.2 Wie hoch waren die durchschnittlichen Pitch / Ausschreibungs-Kosten pro Projekt in den Jahren 2022/2023 für Ihr Unternehmen? Basis: Befragte, die sich an Pitches / Ausschreibungen in 2022 / 2023 beteiligt haben | Angaben in %

## Anzahl Pitches in 2022 / 2023



Q10.1 An wie vielen Pitches / Ausschreibungen hat sich Ihr Unternehmen 2022 / 2023 beteiligt? Mit Pitches meinen wir Angebotspräsentationen mit mehreren Agenturen im Rahmen von Live-Kommunikationsaufträgen. | Basis: Total N=4 | Offene, numerische Frage | Angaben in % | \*geringe Fallzahl

## Durchschnittliches Honorar für einen Pitch



Q10.3 Wie hoch waren im Durchschnitt die Honorare für einen Pitch in den Jahren 2022/2023? | Basis: Befragte, die sich an Pitches / Ausschreibungen in 2022 / 2023 beteiligt haben | Angaben in %

# INHALTSVERZEICHNIS

Management Summary

Methodischer Steckbrief und Verbandsstruktur

Dienstleistungen der Branche und Verbandsarbeit

Human Resources

Budget

Internationalisierung

Formate und Technologie

Teilnahme an Ausschreibungen

➤ **Nachhaltigkeit**

Herausforderungen und Massnahmen



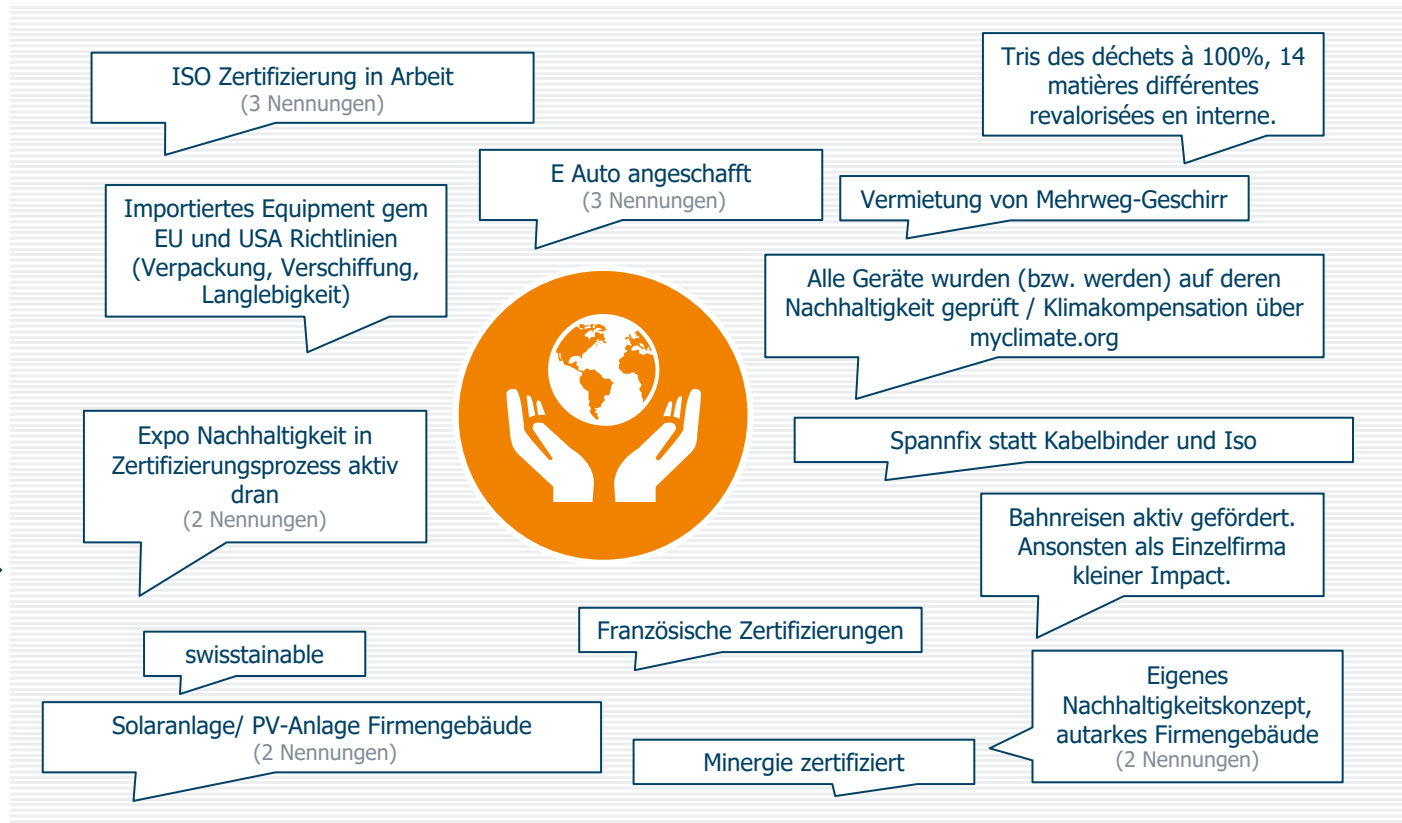
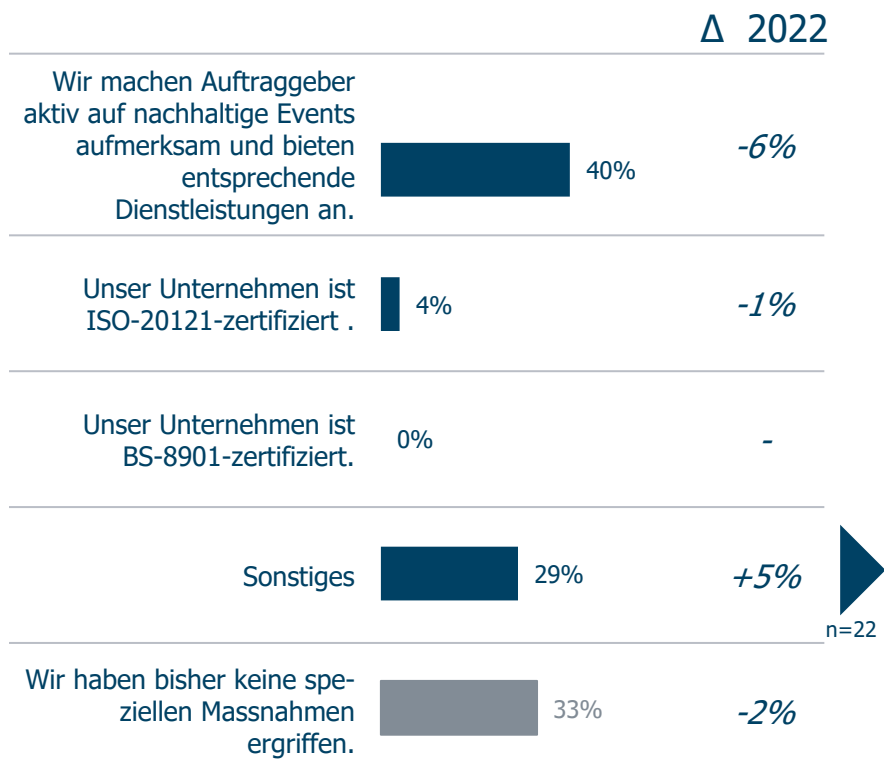


## Nachhaltigkeit ist bei den Unternehmen ein Thema, eine entsprechende Zertifizierung wird auch punktuell angestrebt.

- Lediglich ein Drittel der Unternehmen gibt an, keine speziellen Massnahmen zur Verbesserung der Nachhaltigkeit ergriffen zu haben.
- **EXPO EVENT** Mitglieder können als Branchenvorreiter betrachtet werden. Die Mehrheit der Unternehmen macht Auftraggeber auf nachhaltige Events aufmerksam und bietet dazu die entsprechenden Dienstleistungen an.
- Ähnliche interne Massnahmen sind ebenfalls in **svtb** zu finden, auch wenn viele der Unternehmen angeben, keine speziellen Massnahmen zur Verbesserung der Nachhaltigkeit ergriffen zu haben.
- Eine **Zertifizierung als nachhaltiges Unternehmen** ist nicht populär. Dennoch ist der Anteil derjenigen, die eine Zertifizierung planen, um 13% gestiegen.
- Über ein Drittel der **EXPO EVENT** Unternehmen plant eine Zertifizierung. Beliebte sind die des Branchenverbands, wie Event Sustainability Management System und ISO EXPO EVENT, aber auch «swisstainable».
- Von den **svtb** Mitgliedern planen rund 15% eine Zertifizierung. Dabei denken die meisten an die ISO-Zertifizierung von EXPO EVENT.

# Anteil der Unternehmen, welche in nachhaltigen Events engagiert sind, ist konstant geblieben. Eine Zertifizierung besitzen jedoch wenige.

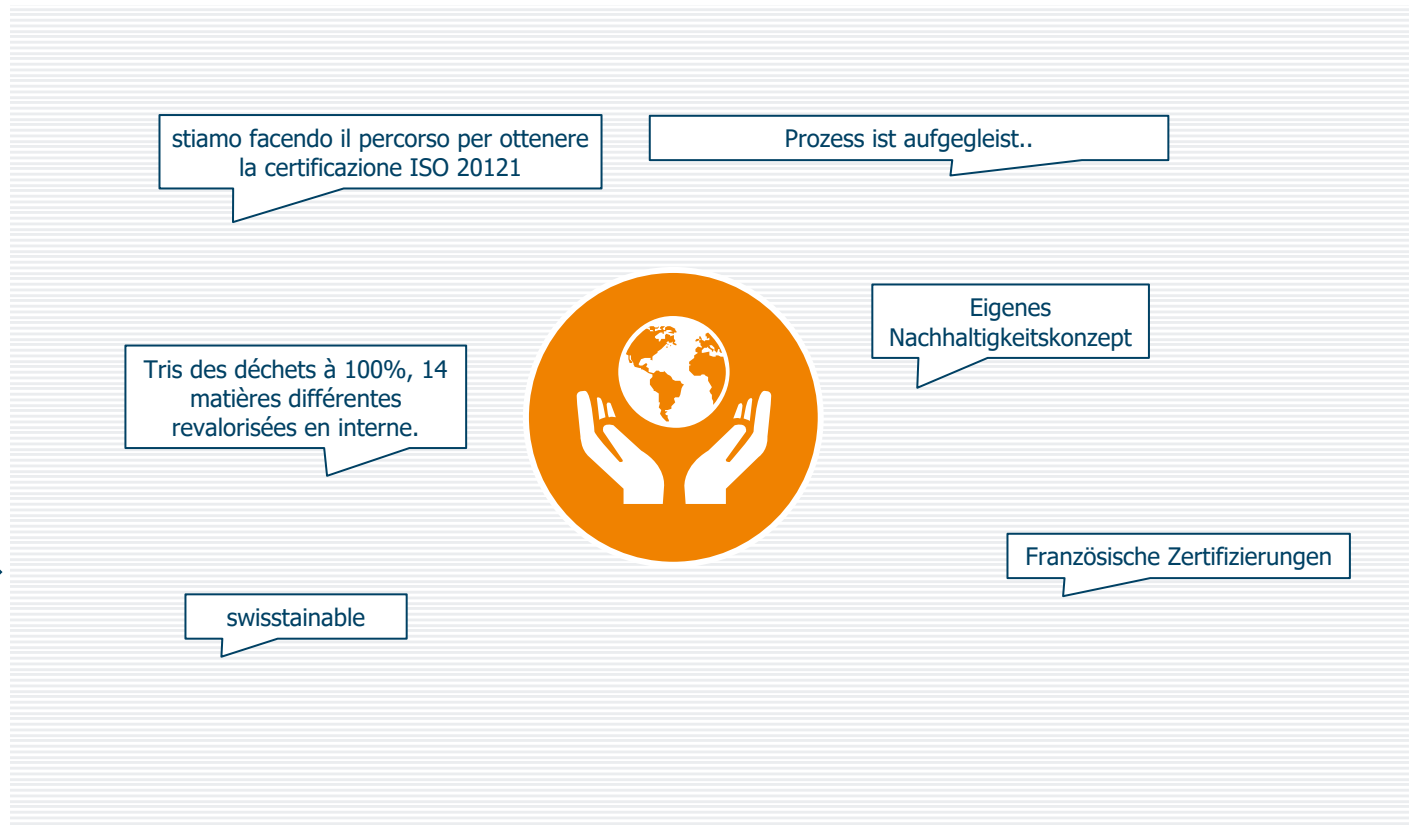
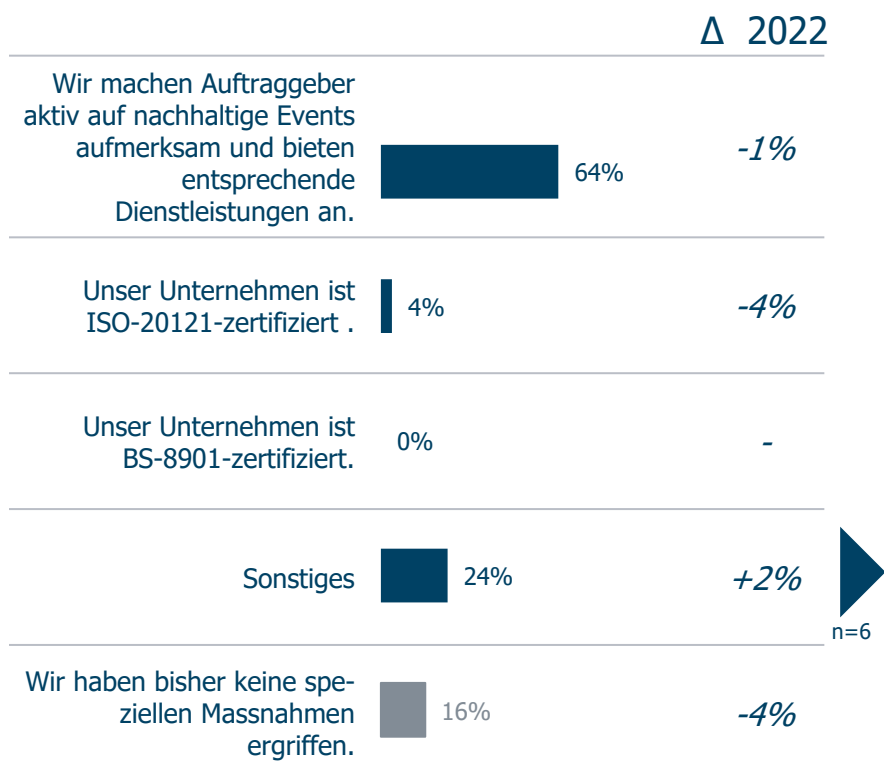
## Massnahmen zur Verbesserung der ökologischen Nachhaltigkeit



Q11.1 Ergreift Ihr Unternehmen Massnahmen zur Verbesserung der ökologischen Nachhaltigkeit? | Basis: Total N=75 | Mehrfachantworten möglich | Angaben in % | Offene Antwort | Einzelnennungen

# EXPO EVENT ist führend im Thema Nachhaltigkeit. Über zwei Drittel der Unternehmen machen aktiv auf nachhaltige Events aufmerksam.

## Massnahmen zur Verbesserung der ökologischen Nachhaltigkeit

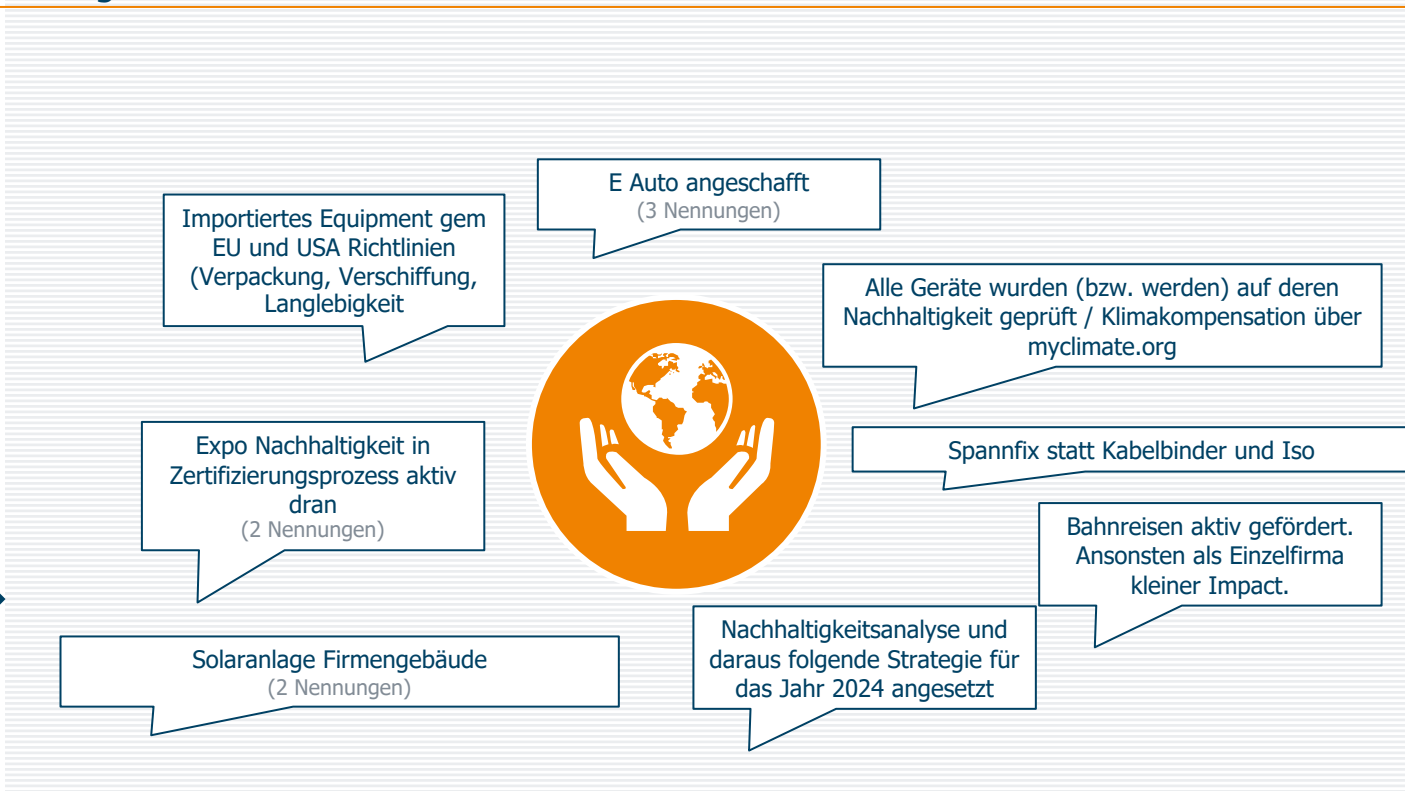
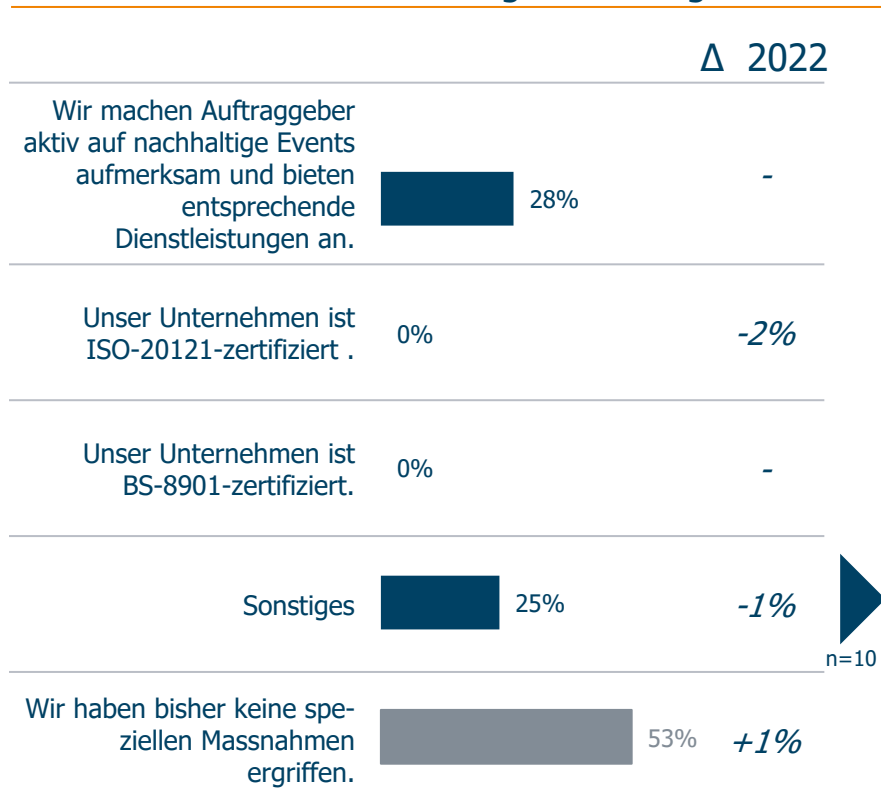


Q11.1 Ergreift Ihr Unternehmen Massnahmen zur Verbesserung der ökologischen Nachhaltigkeit? | Basis: Total N=25 | Mehrfachantworten möglich | Angaben in % | Offene Antwort | Einzelnennungen



# Rund die Hälfte der svtb-Unternehmen gibt an, bisher keine speziellen Massnahmen zur Verbesserung der Nachhaltigkeit ergriffen zu haben.

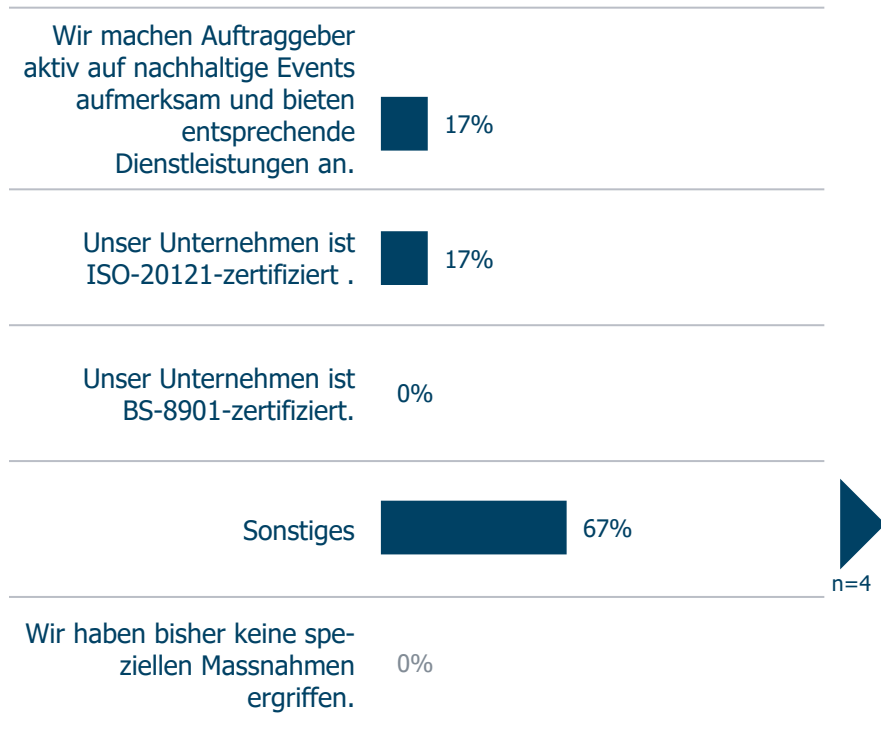
## Massnahmen zur Verbesserung der ökologischen Nachhaltigkeit



Q11.1 Ergreift Ihr Unternehmen Massnahmen zur Verbesserung der ökologischen Nachhaltigkeit? | Basis: Total N=40 | Mehrfachantworten möglich | Angaben in % | Offene Antwort | Einzelnennungen

# Von den befragten TECTUM Mitgliedern geben alle an, unterschiedliche Nachhaltigkeitsmassnahmen ergriffen zu haben.

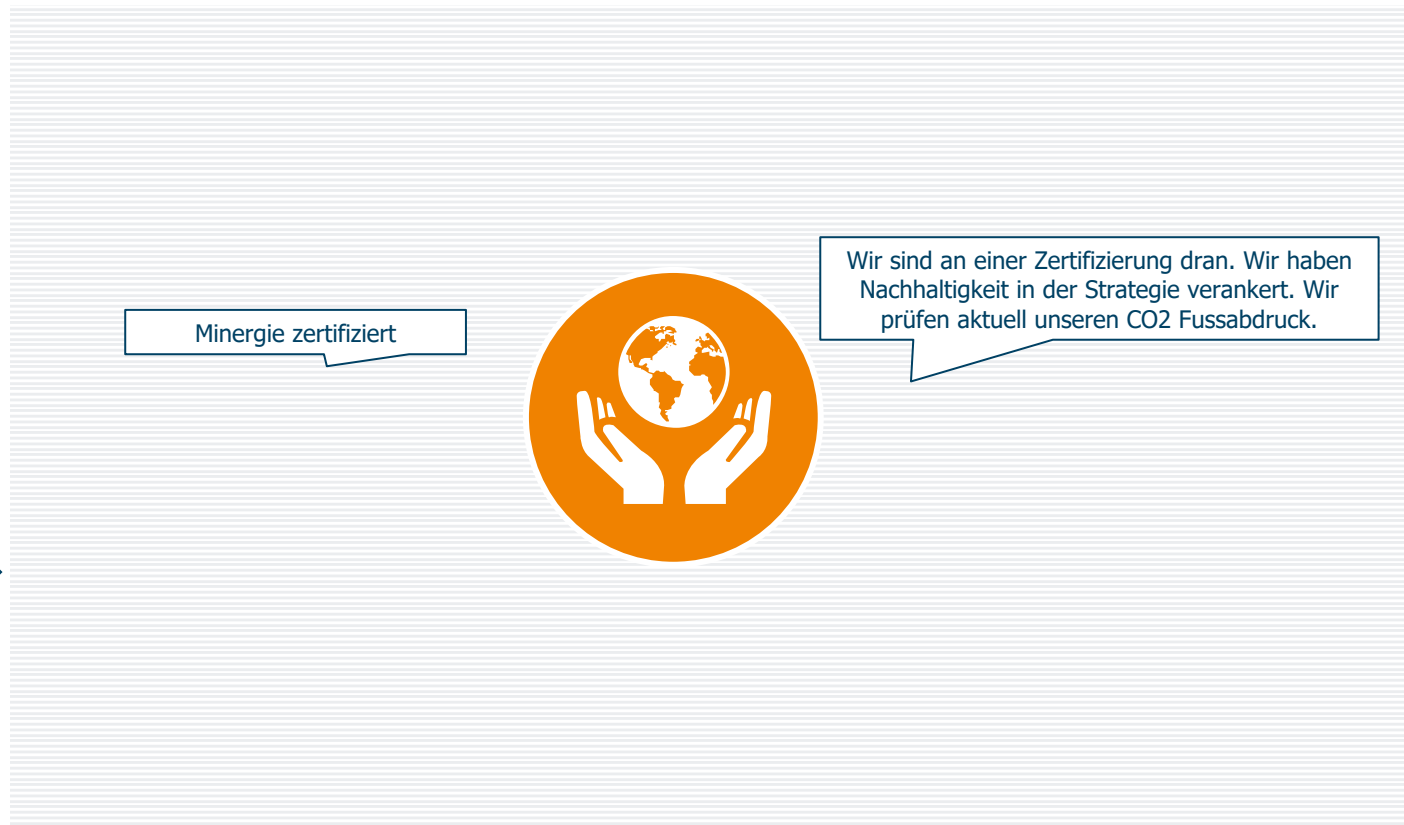
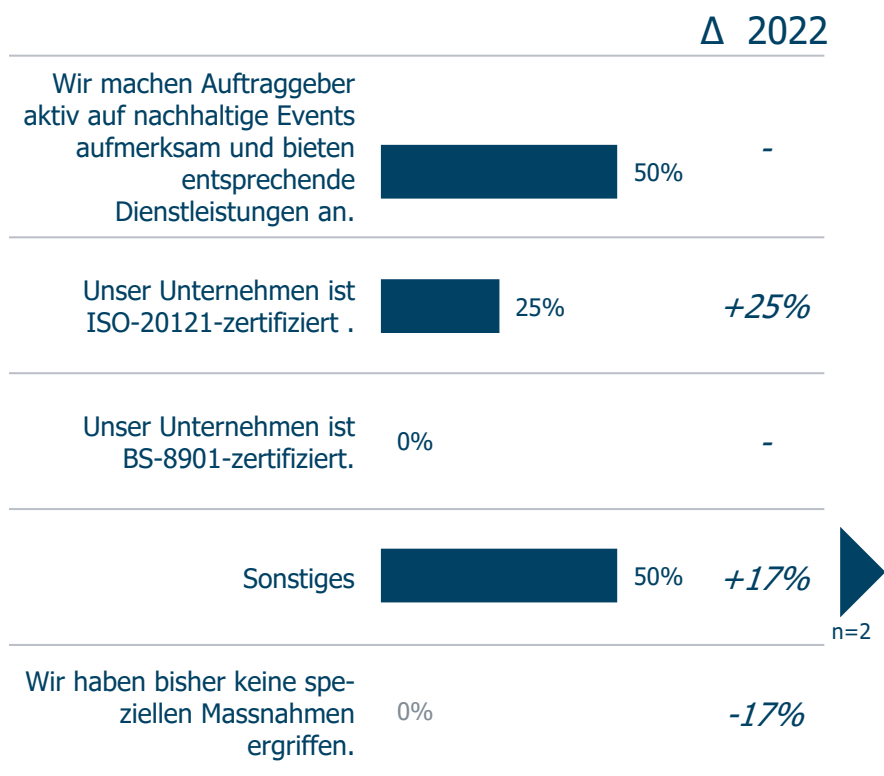
## Massnahmen zur Verbesserung der ökologischen Nachhaltigkeit



Q11.1 Ergreift Ihr Unternehmen Massnahmen zur Verbesserung der ökologischen Nachhaltigkeit? | Basis: Total N=6 | Mehrfachantworten möglich | Angaben in % | Offene Antwort | Einzelnennungen

# Von den befragten VSSA Mitgliedern geben alle an, unterschiedliche Nachhaltigkeitsmassnahmen ergriffen zu haben.

## Massnahmen zur Verbesserung der ökologischen Nachhaltigkeit

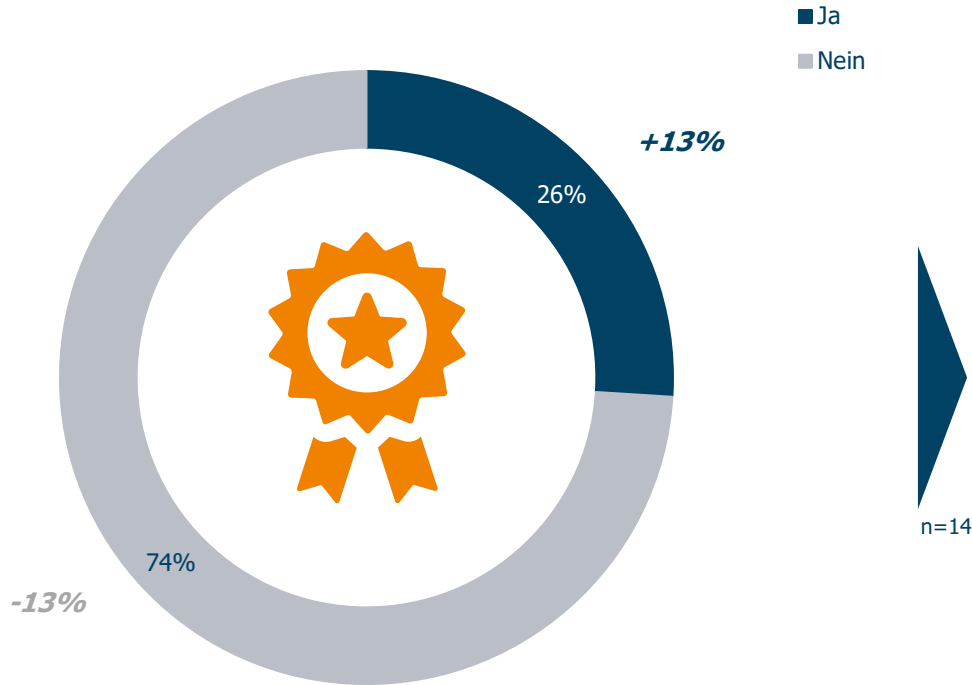


Q11.1 Ergreift Ihr Unternehmen Massnahmen zur Verbesserung der ökologischen Nachhaltigkeit? | Basis: Total N=4 | Mehrfachantworten möglich | Angaben in % | Offene Antwort | Einzelnennungen



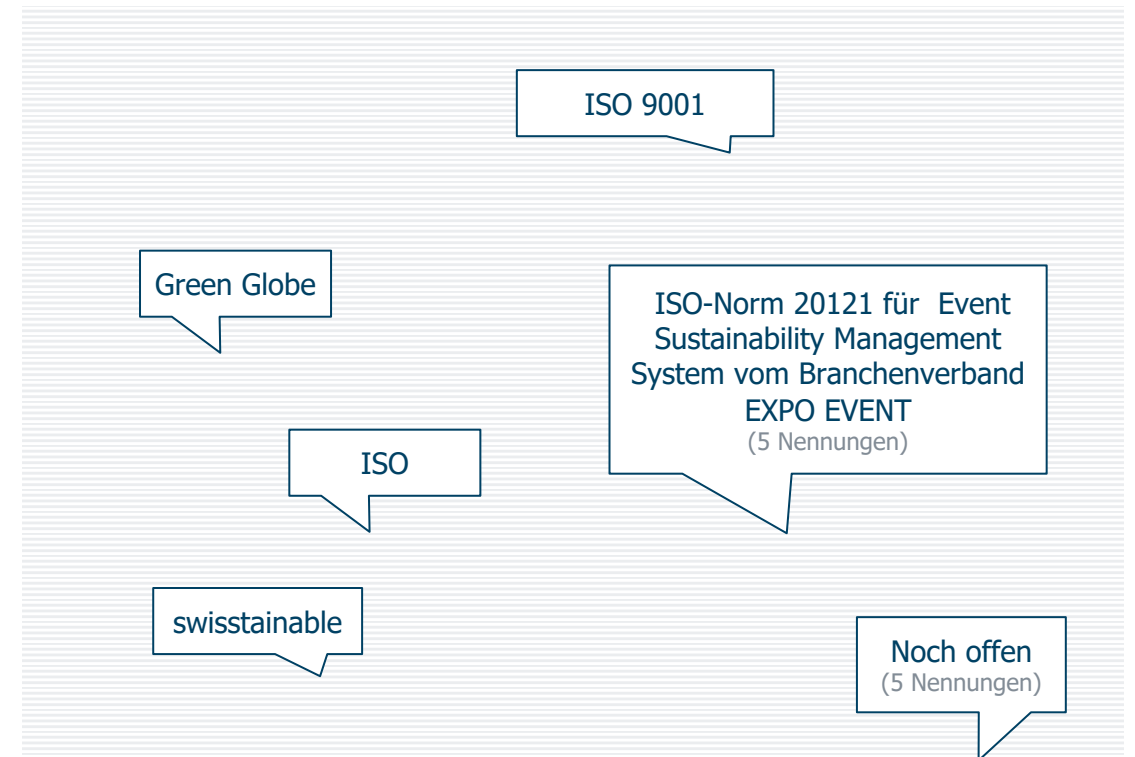
# Die Anzahl an Mitglieder, die eine Zertifizierung planen ist um 13% gestiegen.

## Planung einer Zertifizierung



Q11.2 Plant Ihr Unternehmen eine Zertifizierung?  
Basis: Befragte, die nicht BS-8901- oder ISO-20121-zertifiziert sind | Basis: Total N=72 | Angaben in %

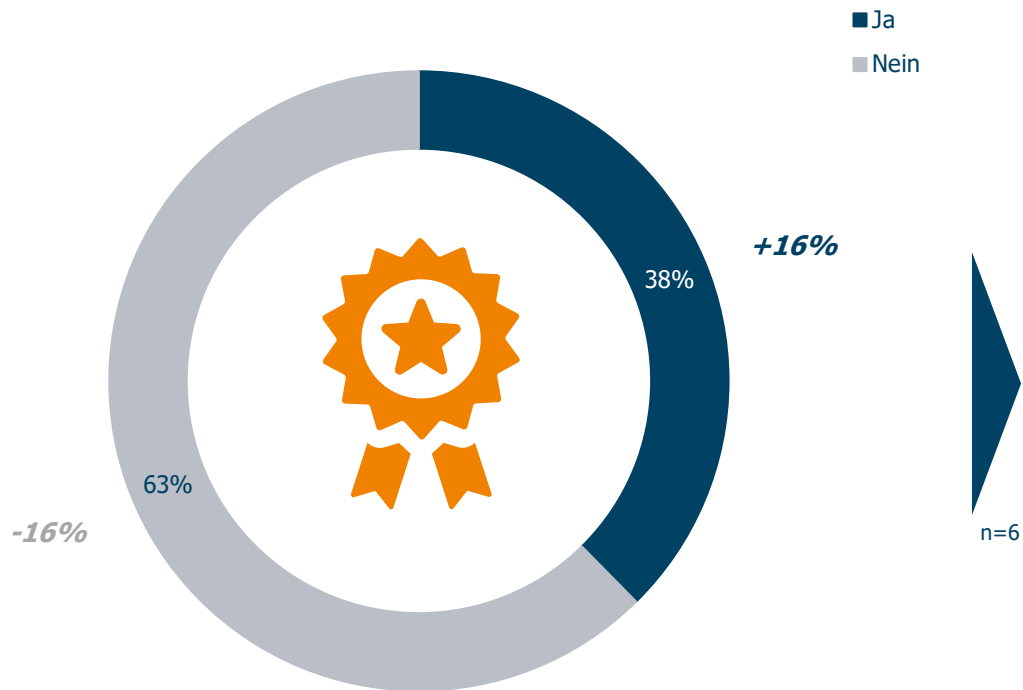
## Art der geplanten Zertifizierung



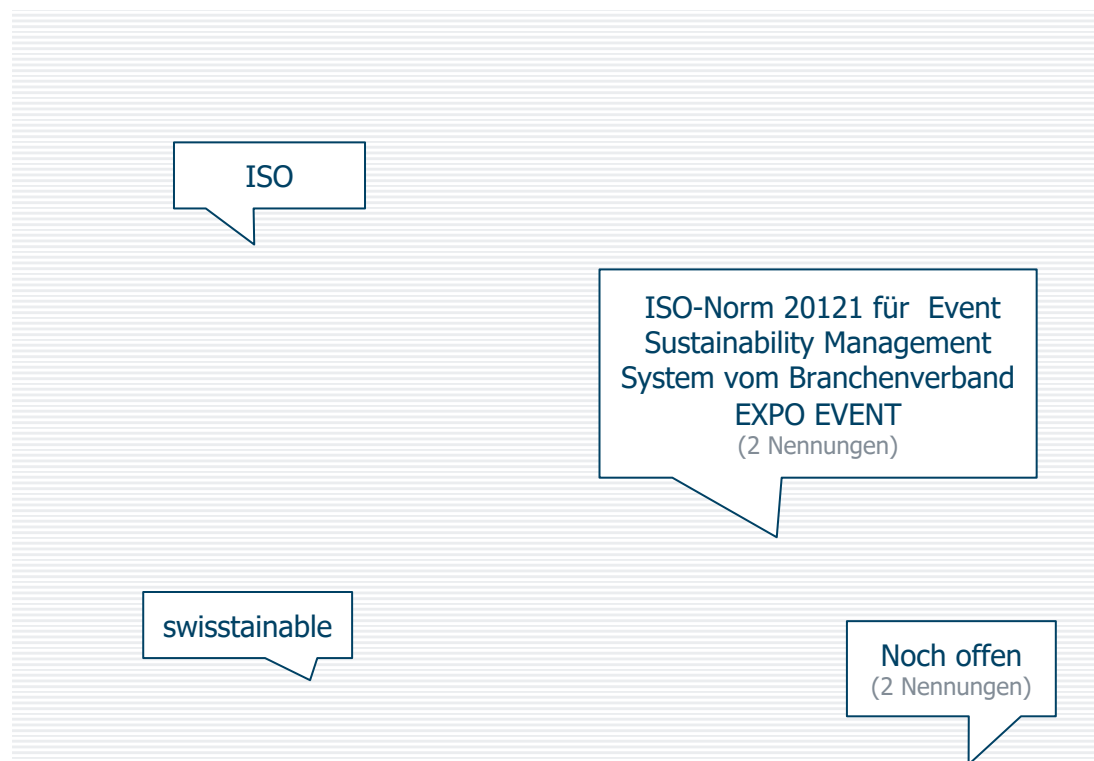
Q11.2.1 Welches Zertifikat plant Ihr Unternehmen?  
Basis: Befragte, die eine Zertifizierung planen | Offene Antwort | Einzelnennungen

# Der Anteil der Unternehmen, die Zertifikate planen, ist bei EXPO EVENT angestiegen. Beliebt sind die des Branchenverbands sowie «swisstainable».

## Planung einer Zertifizierung



## Art der geplanten Zertifizierung



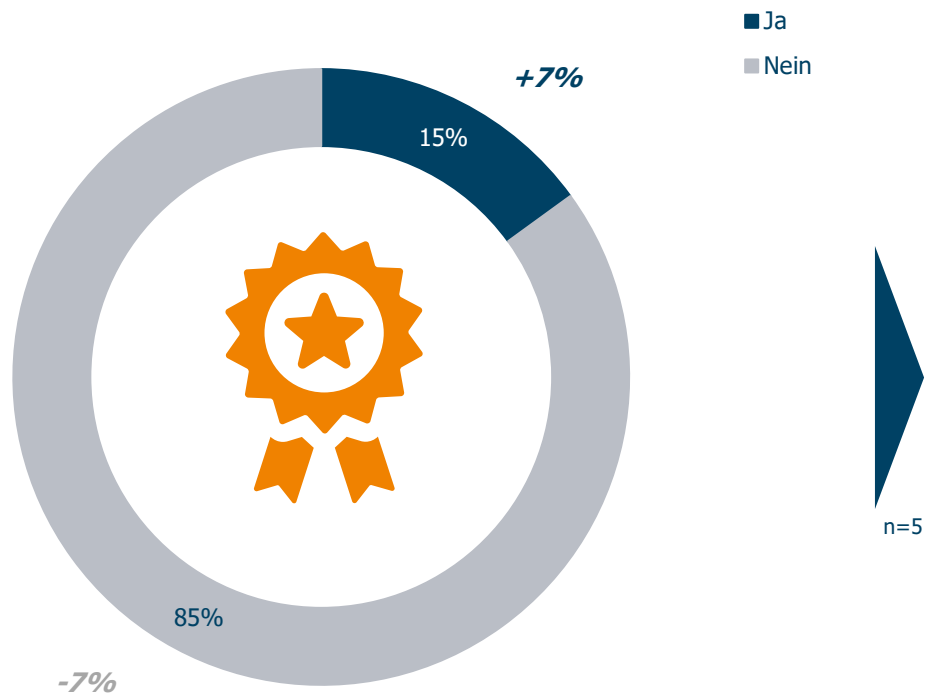
Q11.2 Plant Ihr Unternehmen eine Zertifizierung?  
Basis: Befragte, die nicht BS-8901- oder ISO-20121-zertifiziert sind | Basis: Total N =24 | Angaben in %

Q11.2.1 Welches Zertifikat plant Ihr Unternehmen?  
Basis: Befragte, die eine Zertifizierung planen | Offene Antwort | Einzelnennungen



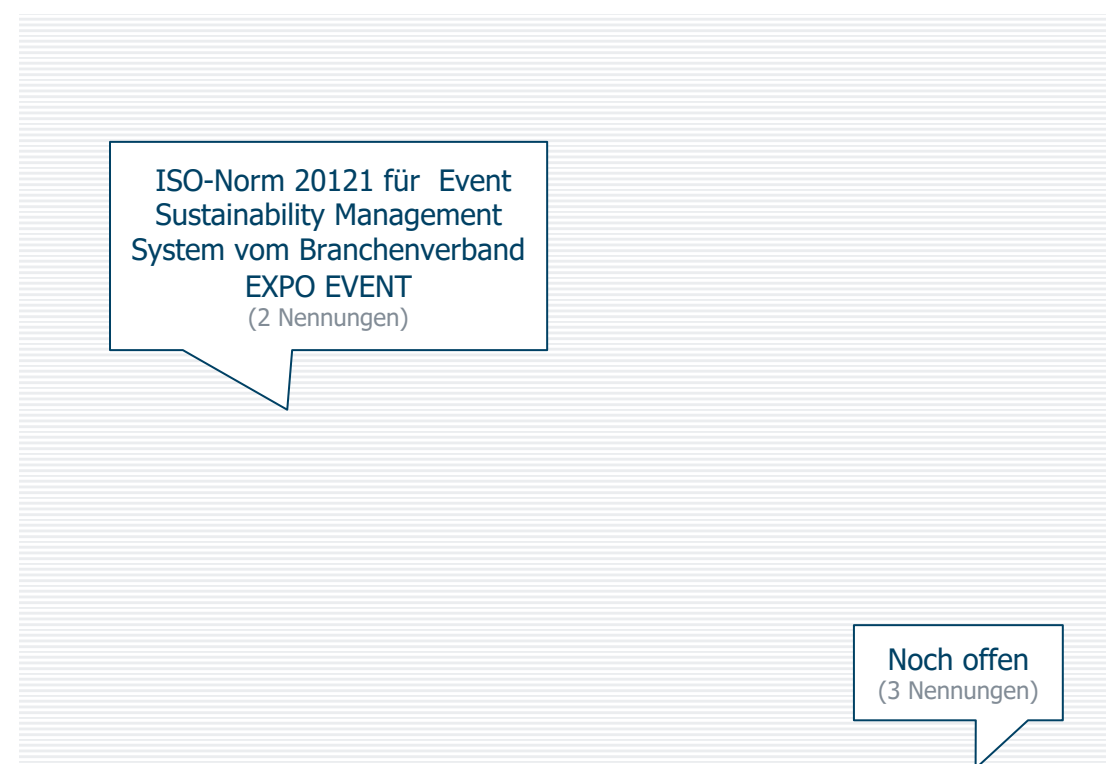
# Vereinzelt wird bei den svbt Mitgliedern eine Zertifizierung angestrebt. Dabei denken die meisten an die ISO-Zertifizierung von EXPO EVENT.

## Planung einer Zertifizierung



Q11.2 Plant Ihr Unternehmen eine Zertifizierung?  
Basis: Befragte, die nicht BS-8901- oder ISO-20121-zertifiziert sind | Basis: Total N=40 | Angaben in %

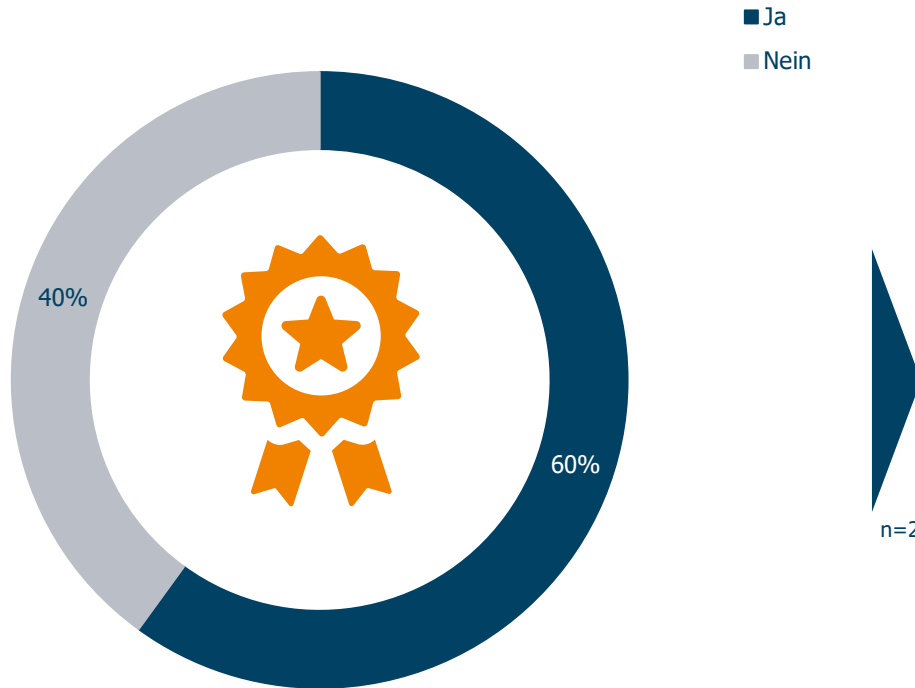
## Art der geplanten Zertifizierung



Q11.2.1 Welches Zertifikat plant Ihr Unternehmen?  
Basis: Befragte, die eine Zertifizierung planen | Offene Antwort | Einzelnennungen

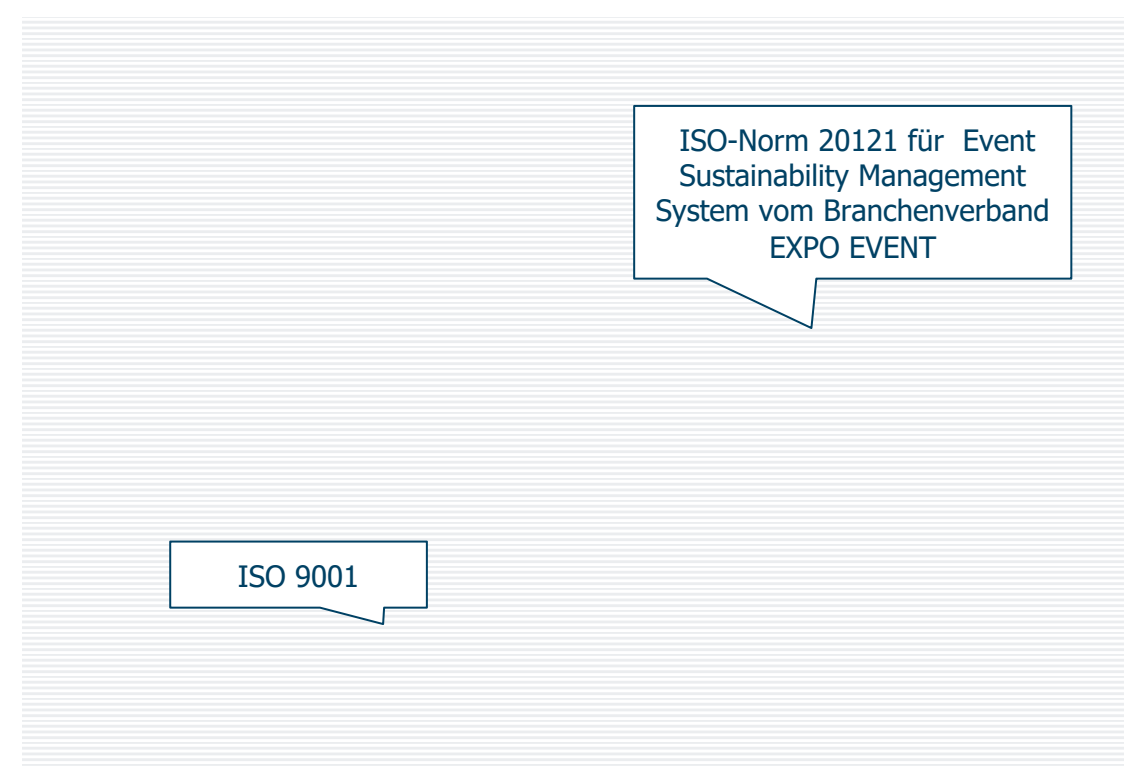
# Bei den meisten befragten Unternehmen von TECTUM wird eine Zertifizierung geplant.

## Planung einer Zertifizierung



Q11.2 Plant Ihr Unternehmen eine Zertifizierung?  
Basis: Befragte, die nicht BS-8901- oder ISO-20121-zertifiziert sind | Basis: Total N=5 | Angaben in %

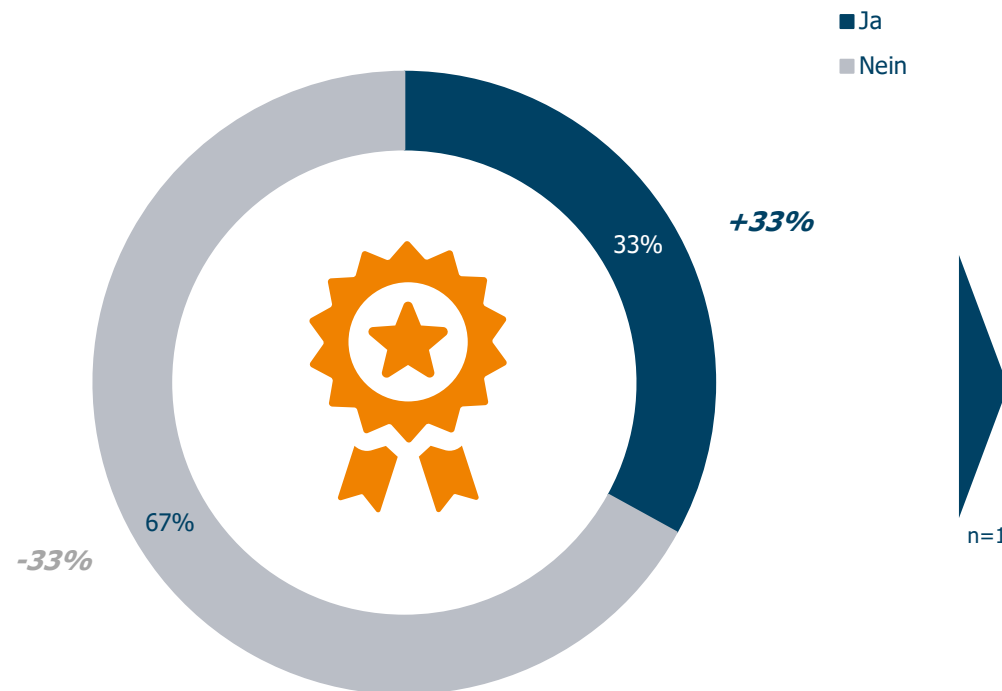
## Art der geplanten Zertifizierung



Q11.2.1 Welches Zertifikat plant Ihr Unternehmen?  
Basis: Befragte, die eine Zertifizierung planen | Offene Antwort | Einzelnennungen

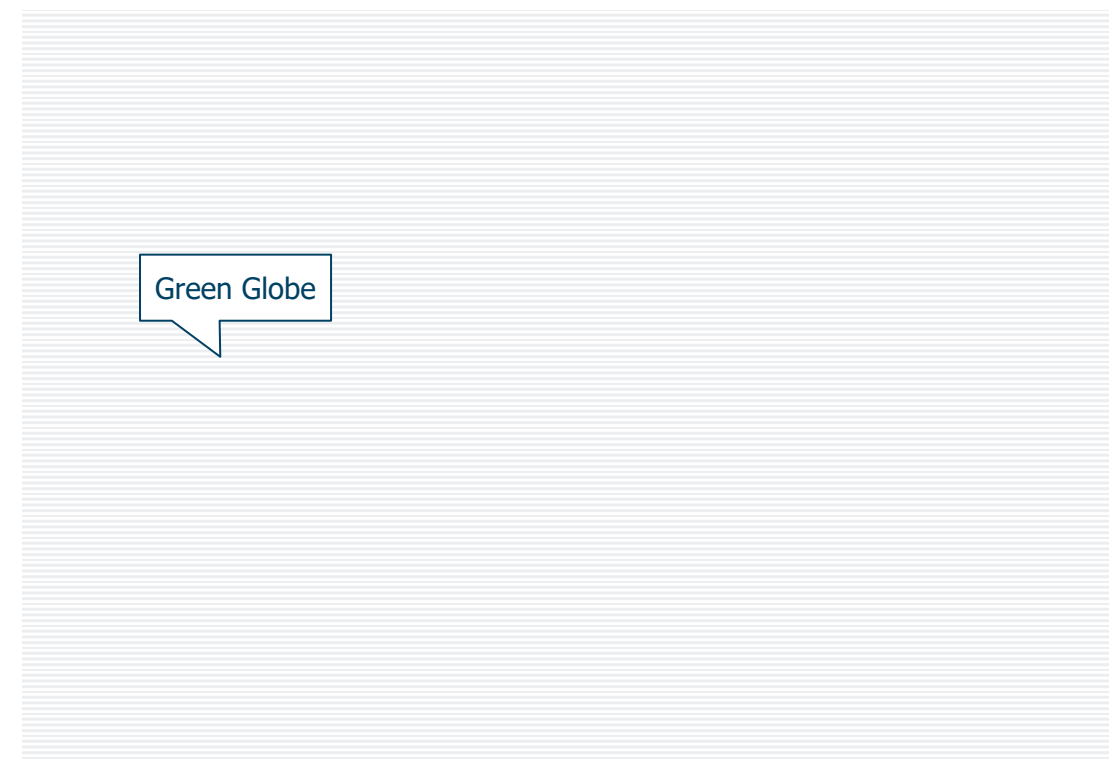
# Eine «Green Globe» Zertifizierung ist bei einem VSSA Mitglied geplant.

## Planung einer Zertifizierung



Q11.2 Plant Ihr Unternehmen eine Zertifizierung?  
 Basis: Befragte, die nicht BS-8901- oder ISO-20121-zertifiziert sind | Basis: Total N=3 | Angaben in %

## Art der geplanten Zertifizierung



Q11.2.1 Welches Zertifikat plant Ihr Unternehmen?  
 Basis: Befragte, die eine Zertifizierung planen | Offene Antwort | Einzelnennungen

# INHALTSVERZEICHNIS

Management Summary

Methodischer Steckbrief und Verbandsstruktur

Dienstleistungen der Branche und Verbandsarbeit

Human Resources

Budget

Internationalisierung

Formate und Technologie

Teilnahme an Ausschreibungen

Nachhaltigkeit

➤ **Herausforderungen und Massnahmen**

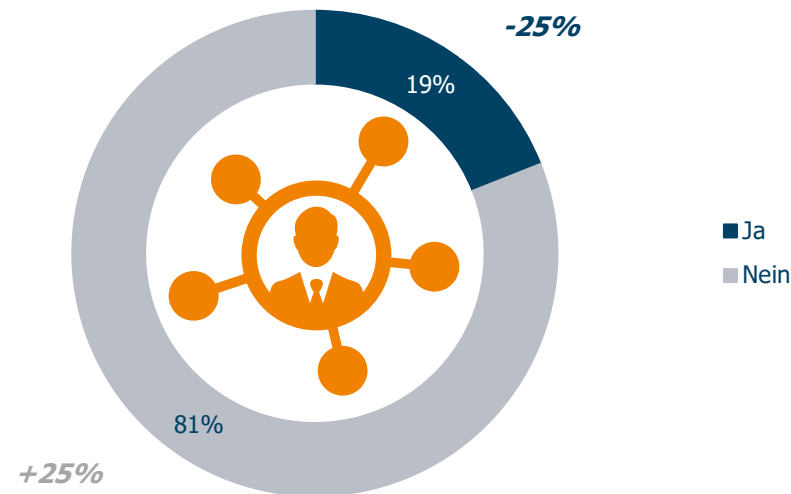


## Trotz hoher Zuversicht bestehen Herausforderungen wie der Fachkräftemangel. Massnahmen sind attraktive Löhne und in die Arbeitskultur.

- Die letzten zwei Jahre wurde **in andere Geschäftsbereiche diversifiziert**, jedoch deutlich weniger als vor zwei Jahren. Insgesamt gibt ein Fünftel aller Befragten an, neue Geschäftsfelder erschlossen zu haben, was einem Rückgang von 25% im Vergleich zu 2022 entspricht. Das Spektrum der Diversifizierung ist gross und v.a. kreativ. **EXPO EVENT** Unternehmen setzen v.a. auf Convenience Food. Im **svtb** wurde besonders der Bereich Stadionsbeleuchtung und Multimedia-Installation erweitert.
- **Herausforderungen** sind einfacher zu meistern, wenn man diese gemeinsam angeht. Alles in Allem arbeiten 41% der Befragten bereits mit einem Partner zusammen. Das sind 12% weniger als vor zwei Jahren. Nahezu die Hälfte gibt an keine Zusammenarbeit zu planen. Der Wunsch nach Zusammenarbeit hat bei den Mitgliedern des **svtb** am stärksten nachgelassen. Bei **EXPO EVENT** sind fast ein Drittel der Mitglieder noch auf der Suche nach Kooperationspartnern.
- Die **Grundeinstellung für die Zukunft der Branche** ist deutlich positiv. Die Sicht der **EXPO EVENT, TECTUM** und **VSSA** Mitglieder kann sicher als optimistisch betrachtet werden. Auch für **svtb** Mitglieder ist der Blick in die Zukunft optimistischer als noch 2022. Die grösste Herausforderung in den nächsten Jahren wird der **Mangel an Arbeitskräften** und der **Preisdruck resp. Inflation** sein.
- Um der **Abwanderung von Fachkräften** entgegen zu wirken, setzen die meisten Befragten auf attraktive Löhne. Im **svtb** wird auf die Attraktivität des Arbeitgebers und auf die Beschäftigung mit attraktiven Projekten gesetzt. Für den Grossteil der **VSSA und TECTUM** Unternehmen ist es wichtig, flexible Arbeitsmodelle und eine attraktive Arbeitskultur anzubieten.
- In den letzten zwei Jahren wurden nach wie vor **Hilfsmassnahmen** in Anspruch genommen. Der Gebrauch von Hilfsmassnahmen hat sich jedoch deutlich Verringert. Ausfallentschädigungen und Bankgarantie bleiben auf einem tiefen Niveau, Kurzarbeitsentschädigungen gehen deutlich zurück.

## Ein Fünftel der Befragten nutzte die letzten zwei Jahre zur Diversifizierung in andere Geschäftsbereiche, was einem Rückgang von 25% im Vergleich zu 2022 entspricht.

### Diversifizierung in andere Geschäftsbereiche in den letzten zwei Jahren

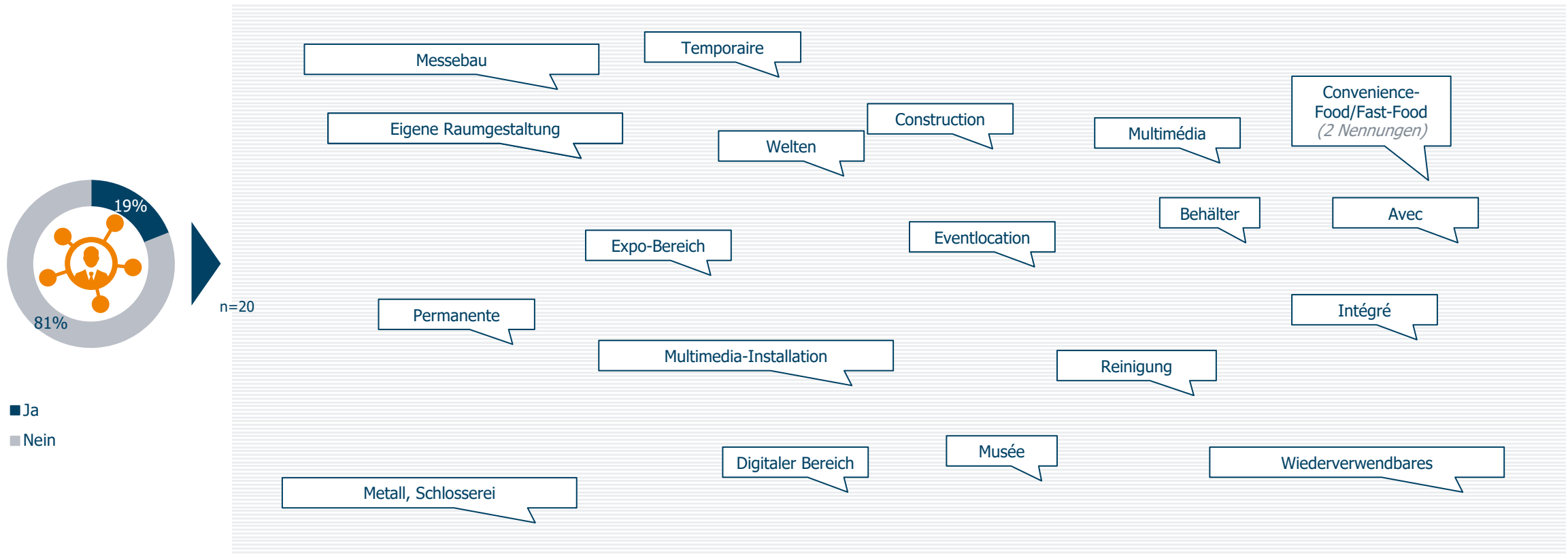


Q12.1 Haben Sie in den zwei Jahren in andere Geschäftsbereiche diversifiziert?  
Basis: Total N=75 Angaben in %



# Das Spektrum der neuen Geschäftsfelder ist äusserst breit gefächert und einfallsreich, von Convenience Food bis zur Schlosserei.

## Diversifizierung in andere Geschäftsbereiche – Art der Geschäftsbereiche

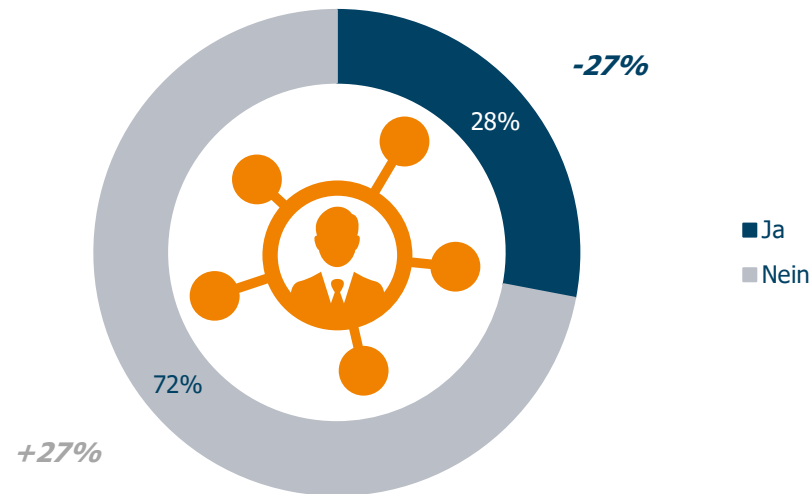


Q12.1 Haben Sie in den zwei Jahren in andere Geschäftsbereiche diversifiziert? | Basis: Total N=75 | Angaben in %

Q12.1.1 In welche anderen Geschäftsbereiche haben Sie diversifiziert? | Basis: Befragte, die in andere Geschäftsbereiche diversifiziert haben | Offene Frage | Einzelnennungen

## Rund 28% der Mitglieder von EXPO Event haben in den letzten zwei Jahren diversifiziert. Dies entspricht einem Rückgang von 27%.

Diversifizierung von EXPO-Event in andere Geschäftsbereiche in den letzten zwei Jahren

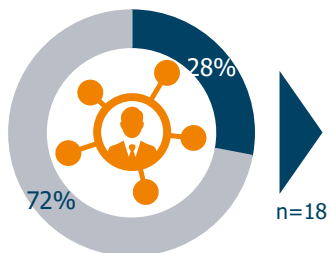


Q12.1 Haben Sie in den zwei Jahren in andere Geschäftsbereiche diversifiziert?  
Basis: Total N= 24 | Angaben in %

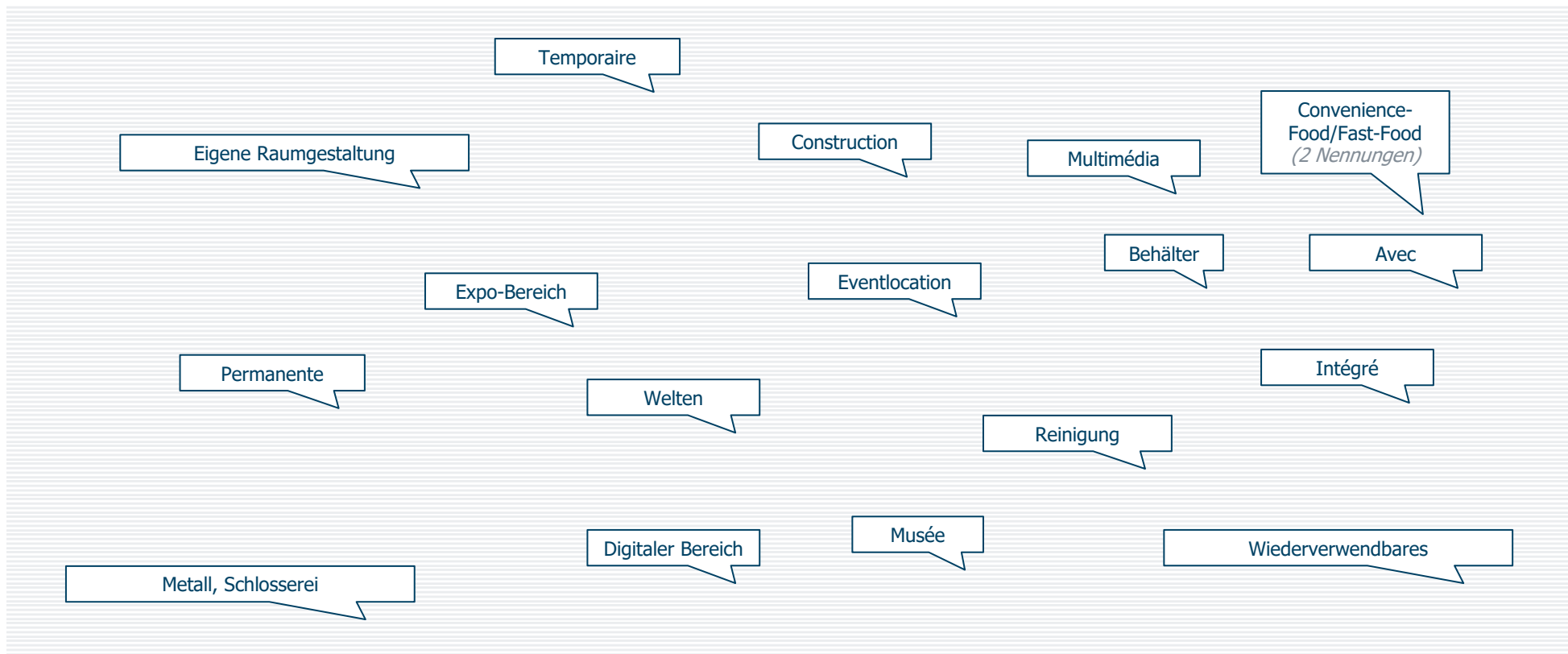


# Zwei Mitglieder von EXPO Event haben in den Bereich Convenience Food und Fast food diversifiziert.

## Diversifizierung in andere Geschäftsbereiche – Art der Geschäftsbereiche



■ Ja  
■ Nein

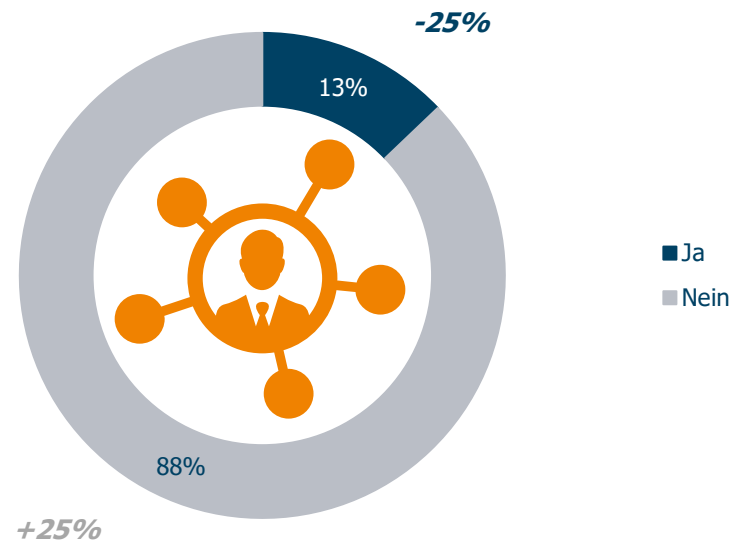


Q12.1 Haben Sie in den zwei Jahren in andere Geschäftsbereiche diversifiziert? | Basis: Total N=24 | Angaben in %

Q12.1.1 In welche anderen Geschäftsbereiche haben Sie diversifiziert? | Basis: Befragte, die in andere Geschäftsbereiche diversifiziert haben | Offene Frage | Einzelnennungen

## Lediglich 13% der Mitglieder des svtb haben in den vergangenen Jahren eine Diversifizierung vorgenommen, was einem Rückgang von 25% entspricht.

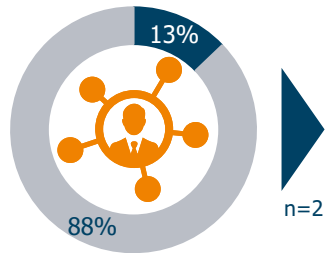
Diversifizierung von svtb in andere Geschäftsbereiche in den letzten zwei Jahren



Q12.1 Haben Sie in den zwei Jahren in andere Geschäftsbereiche diversifiziert?  
Basis: Total N=40 | Angaben in %

# Nur bedingt wurde bei svtb diversifiziert. Genannte Bereiche sind Stadionsbeleuchtung und Multimedia-Installation.

## Diversifizierung in andere Geschäftsbereiche – Art der Geschäftsbereiche



- Ja
- Nein

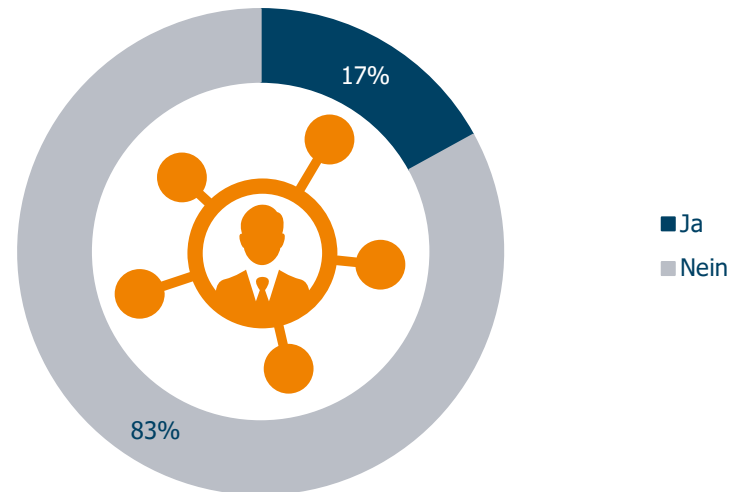


Q12.1 Haben Sie in den zwei Jahren in andere Geschäftsbereiche diversifiziert? | Basis: Total N=40| Angaben in %

Q12.1.1 In welche andere Geschäftsbereiche haben Sie diversifiziert? | Basis: Befragte, die in andere Geschäftsbereiche diversifiziert haben | Offene Frage | Einzelnennungen

## 17% der Mitglieder von Tectum haben in den vergangenen Jahren eine Diversifizierung in andere Geschäftsbereiche vorgenommen.

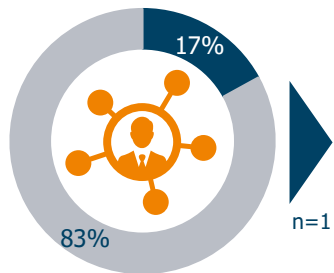
Diversifizierung von Tectum in andere Geschäftsbereiche in den letzten zwei Jahren



Q12.1 Haben Sie in den zwei Jahren in andere Geschäftsbereiche diversifiziert?  
Basis: Total N=5 | Angaben in % | \*sehr geringe Fallzahl

# Ein Mitglied des Verbands Tectum hat in den Messebau diversifiziert.

## Diversifizierung in andere Geschäftsbereiche – Art der Geschäftsbereiche



■ Ja

■ Nein

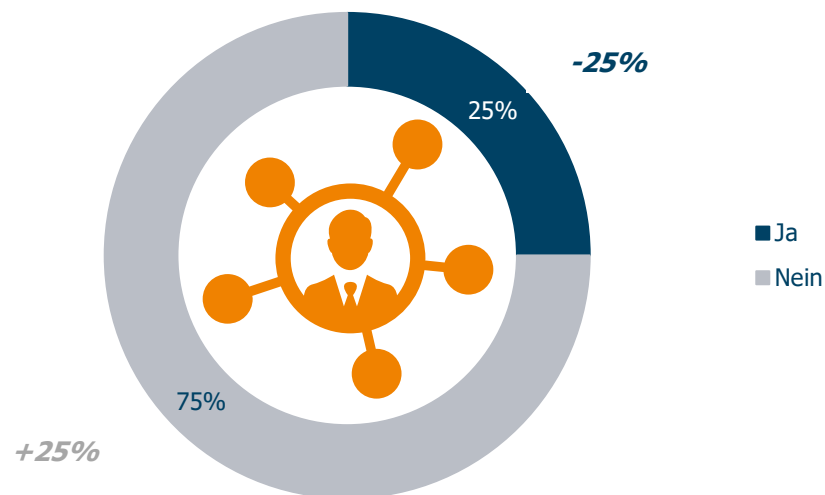
Messebau

Q12.1 Haben Sie in den zwei Jahren in andere Geschäftsbereiche diversifiziert? | Basis: Total N=5 | Angaben in % | \*sehr geringe Fallzahl

Q12.1.1 In welche andere Geschäftsbereiche haben Sie diversifiziert? | Basis: Befragte, die in andere Geschäftsbereiche diversifiziert haben | Offene Frage | Einzelnennungen | \*sehr geringe Fallzahl

## Ein Viertel der Mitglieder von VSSA haben in andere Geschäftsbereiche diversifiziert, was 25% weniger ist als noch 2022.

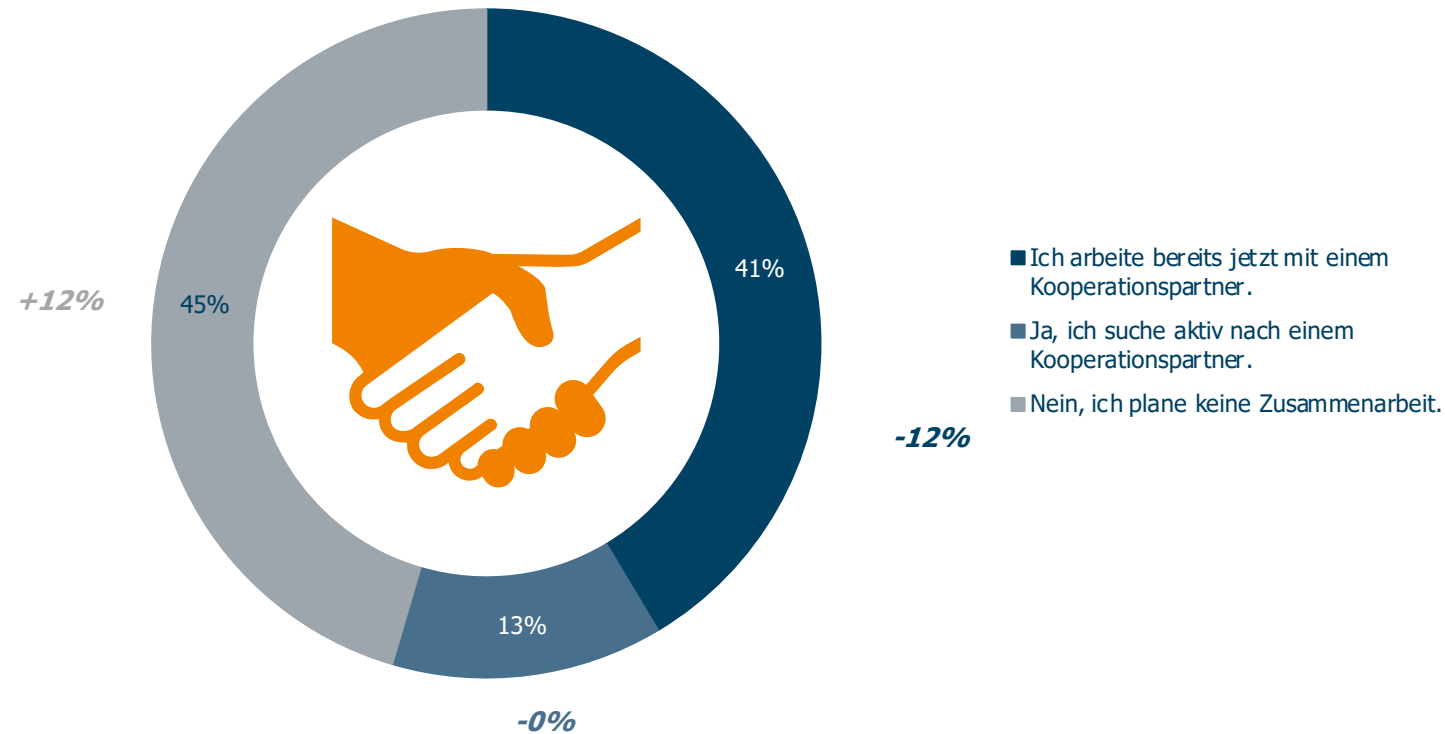
Diversifizierung von VSSA in andere Geschäftsbereiche in den letzten zwei Jahren



Q12.1 Haben Sie in den zwei Jahren in andere Geschäftsbereiche diversifiziert?  
Basis: Total N=3 | Angaben in % | \*sehr geringe Fallzahl

## Kooperationspartner haben bei rund 12% der Mitglieder an Bedeutung Verloren. Nahezu die Hälfte gibt an keine Zusammenarbeit zu planen.

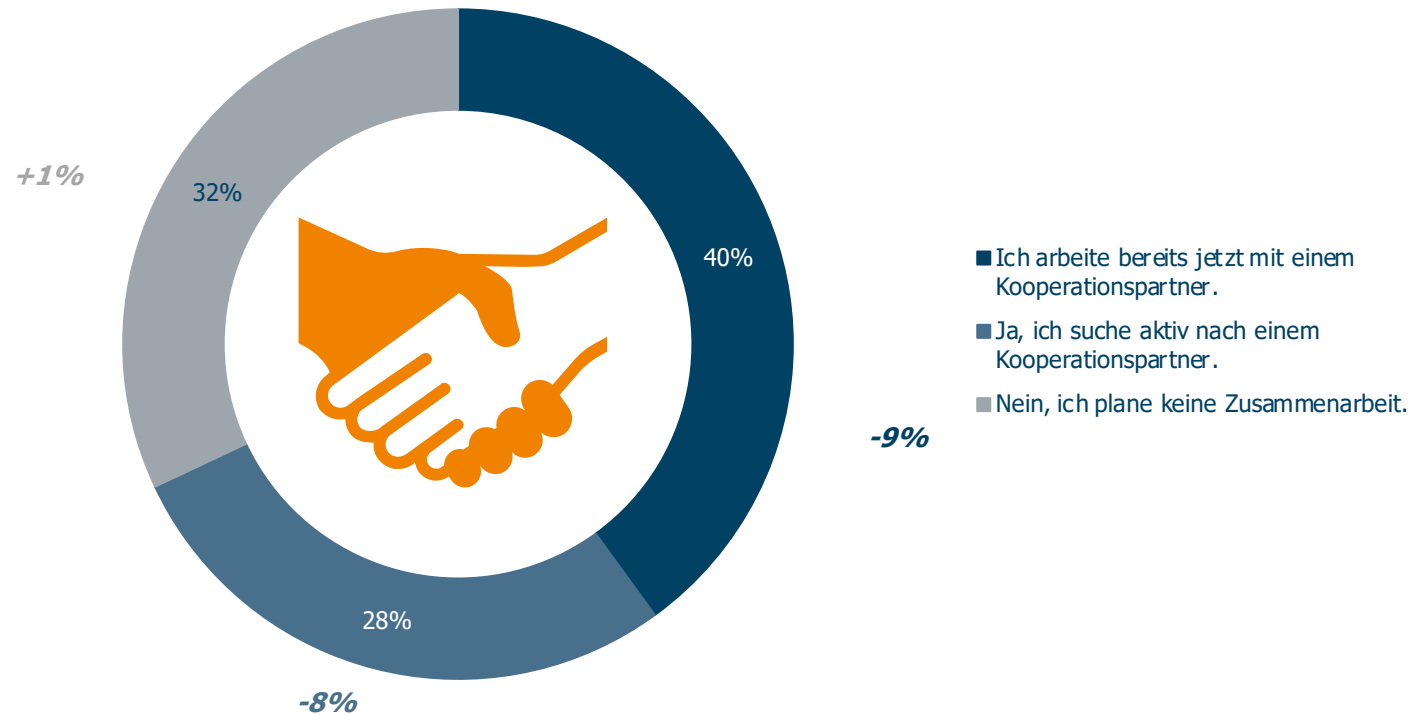
### Geplante Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen



Q12.2 Planen Sie für die Zukunft mit einem anderen Unternehmen Ihres Kerngeschäftsfeldes zusammenzuarbeiten?  
Basis: Total N=111 | Angaben in %

## Bei EXPO EVENT sind fast ein Drittel der Mitglieder noch auf der Suche nach Kooperationspartnern, während bereits 40% mit einem zusammenarbeiten.

### Geplante Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen



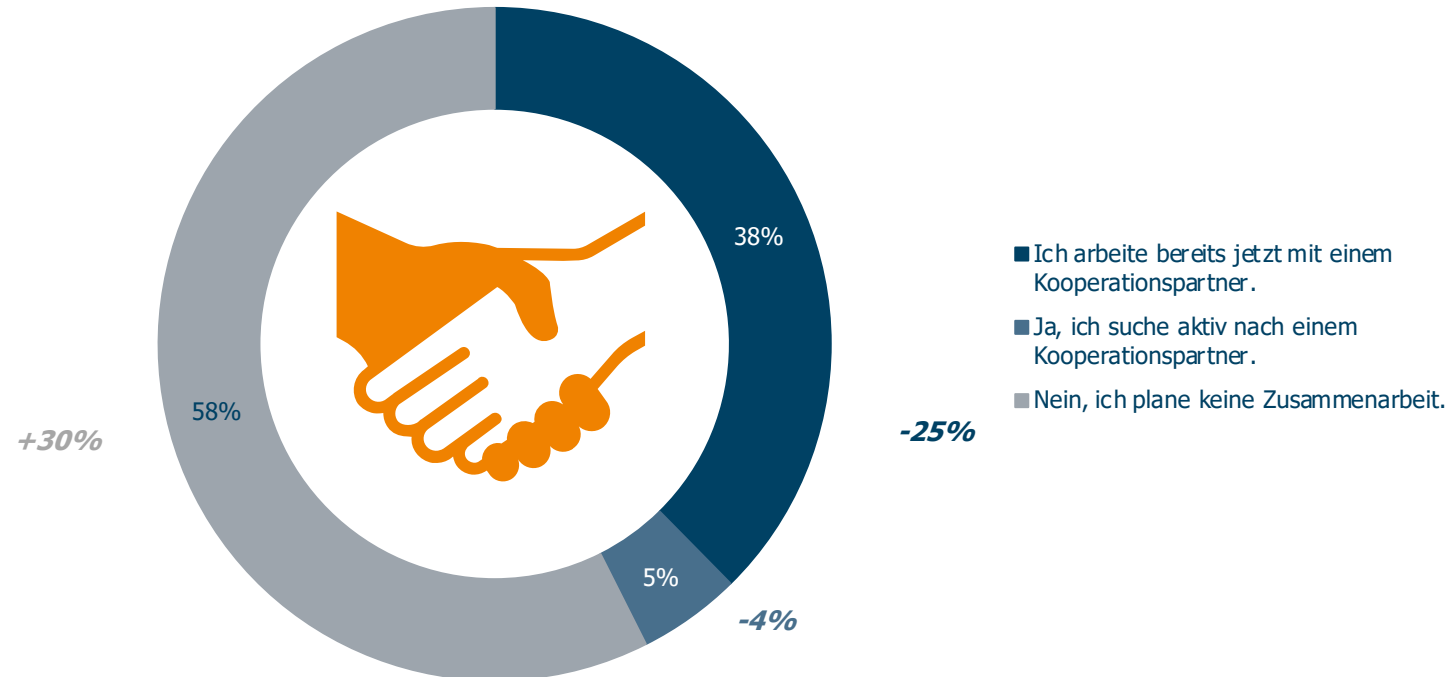
Q12.2 Planen Sie für die Zukunft mit einem anderen Unternehmen Ihres Kerngeschäftsfeldes zusammenzuarbeiten?  
Basis: Total N=25 | Angaben in %





## Der Wunsch nach Zusammenarbeit hat bei den Mitgliedern des svtb am stärksten nachgelassen, rund 25% weniger arbeiten noch mit einem Kooperationspartner.

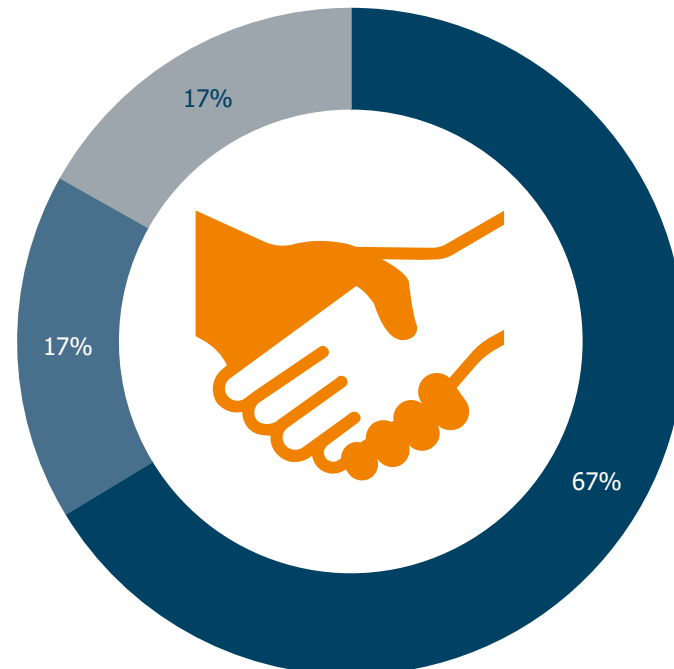
### Geplante Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen



Q12.2 Planen Sie für die Zukunft mit einem anderen Unternehmen Ihres Kerngeschäftsfeldes zusammenzuarbeiten?  
Basis: Total N=40 | Angaben in %

## Rund zwei Drittel der Mitglieder von Tectum haben einen Kooperationspartner.

### Geplante Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen

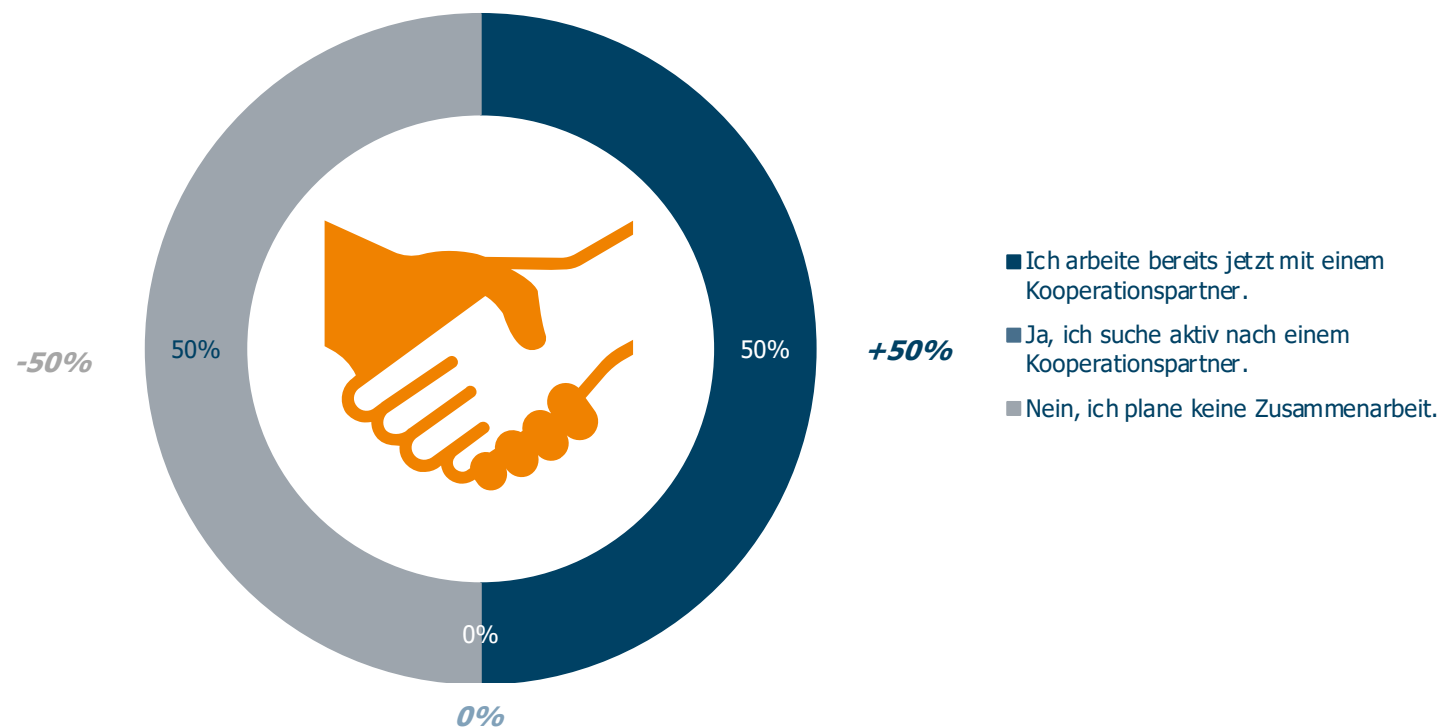


- Ich arbeite bereits jetzt mit einem Kooperationspartner.
- Ja, ich suche aktiv nach einem Kooperationspartner.
- Nein, ich plane keine Zusammenarbeit.

Q12.2 Planen Sie für die Zukunft mit einem anderen Unternehmen Ihres Kerngeschäftsfeldes zusammenzuarbeiten?  
Basis: Total N=6 | Angaben in % | \*sehr geringe Fallzahl

## Die Kooperation mit anderen hat bei den Mitgliedern von VSSA an Bedeutung zugenommen.

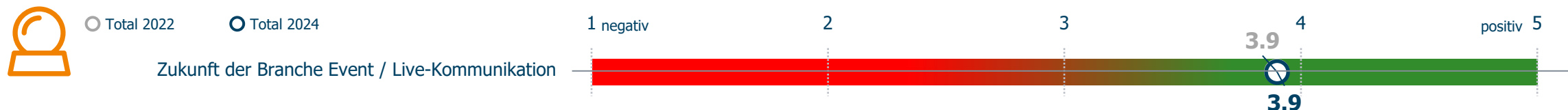
### Geplante Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen



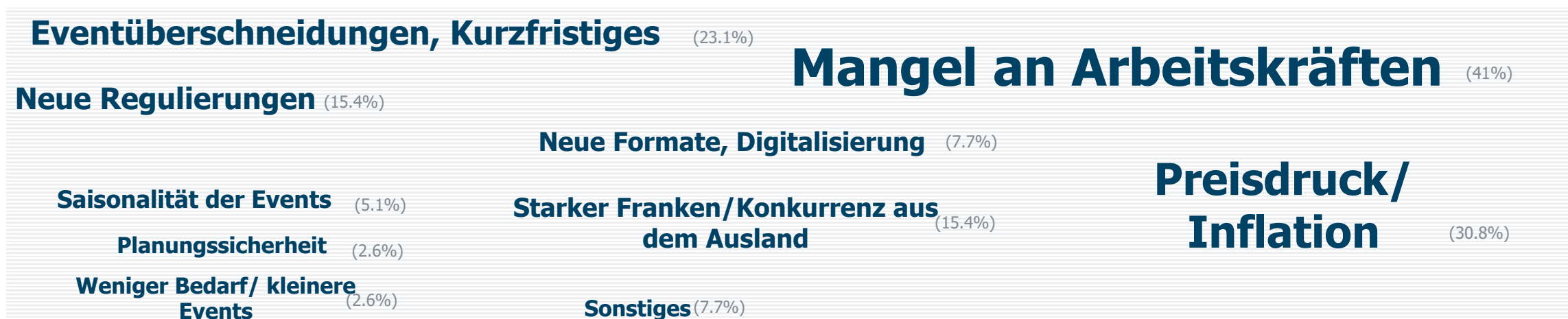
Q12.2 Planen Sie für die Zukunft mit einem anderen Unternehmen Ihres Kerngeschäftsfeldes zusammenzuarbeiten?  
Basis: Total N=4 | Angaben in % | \*sehr geringe Fallzahl

## Die Mehrheit der Branche schaut optimistisch in die Zukunft, wobei die grösste Herausforderung der Arbeitskräftemangel und der Preisdruck/Inflation sein wird.

### Grundeinstellung für die Zukunft der Branche Event / Live-Kommunikation



### Herausforderungen in den nächsten Jahren im Bereich Event / Live-Kommunikation

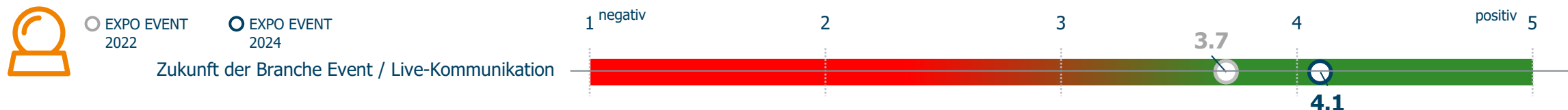


Q12.5 Wie ist ihre Grundeinstellung für die Zukunft der Branche Event / Live-Kommunikation? | Basis: Total N=74 | Skala von 1 = negativ bis 5 = positiv | Mittelwert

Q12.4 Welches sind die grössten Herausforderungen, die in den nächsten Jahren auf den Bereich Event / Live-Kommunikation in der Schweiz und somit auf Sie zukommen werden? | Basis: Total N=39 | Offene Frage

# Im EXPO EVENT herrscht mehr Optimismus im Hinblick auf die Zukunft als noch 2022. Eventüberschneidungen & Arbeitskräftemangel sind genannte Hürden.

## Grundeinstellung für die Zukunft der Branche Event / Live-Kommunikation



## Herausforderungen in den nächsten Jahren im Bereich Event / Live-Kommunikation

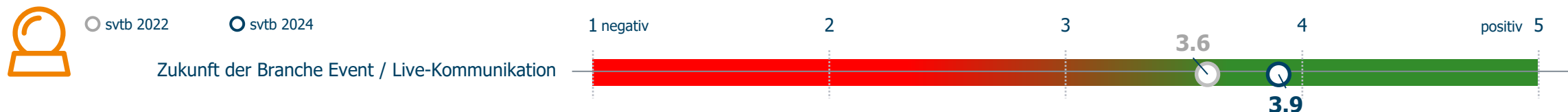


Q12.5 Wie ist ihre Grundeinstellung für die Zukunft der Branche Event / Live-Kommunikation? | Basis: Total N= 25 | Skala von 1 = negativ bis 5 = positiv | Mittelwert

Q12.4 Welches sind die grössten Herausforderungen, die in den nächsten Jahren auf den Bereich Event / Live-Kommunikation in der Schweiz und somit auf Sie zukommen werden? | Basis: Total N=13 | Offene Frage

## Auch für svtb Mitglieder ist der Blick in die Zukunft optimistischer als noch 2022.

### Grundeinstellung für die Zukunft der Branche Event / Live-Kommunikation



### Herausforderungen in den nächsten Jahren im Bereich Event / Live-Kommunikation

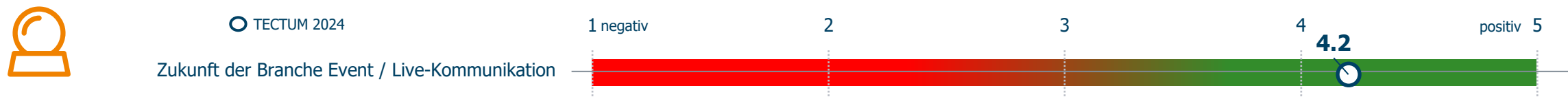


Q12.5 Wie ist ihre Grundeinstellung für die Zukunft der Branche Event / Live-Kommunikation? | Basis: Total N=40 | Skala von 1 = negativ bis 5 = positiv | Mittelwert

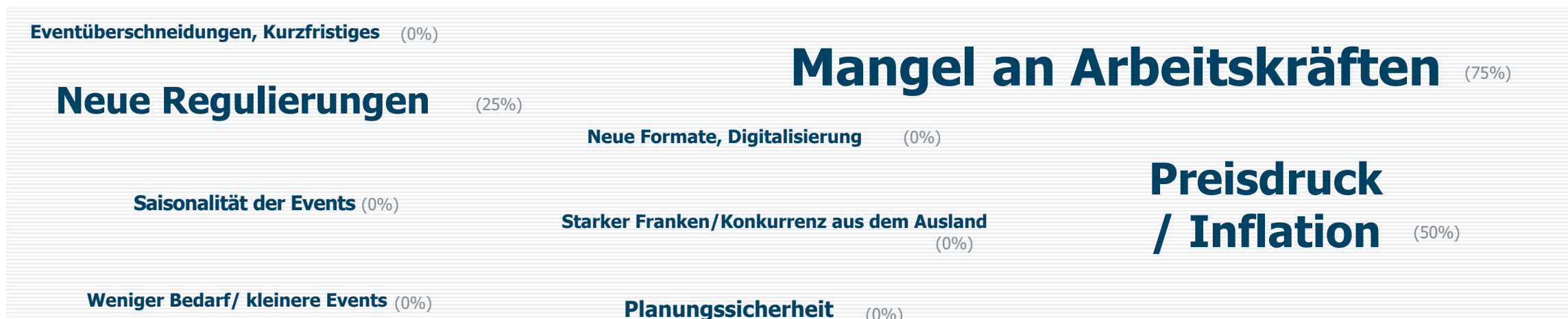
Q12.4 Welches sind die grössten Herausforderungen, die in den nächsten Jahren auf den Bereich Event / Live-Kommunikation in der Schweiz und somit auf Sie zukommen werden? | Basis: Total N=13 | Offene Frage

## Auch TECTUM Mitglieder haben eine positive Einstellung zur Zukunft der Branche.

### Grundeinstellung für die Zukunft der Branche Event / Live-Kommunikation



### Herausforderungen in den nächsten Jahren im Bereich Event / Live-Kommunikation

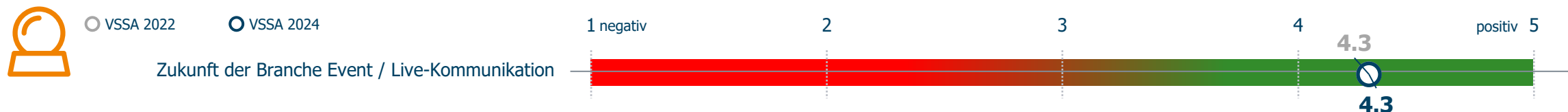


Q12.5 Wie ist ihre Grundeinstellung für die Zukunft der Branche Event / Live-Kommunikation? | Basis: Total N=5 | Skala von 1 = negativ bis 5 = positiv | Mittelwert | \*sehr geringe Fallzahl

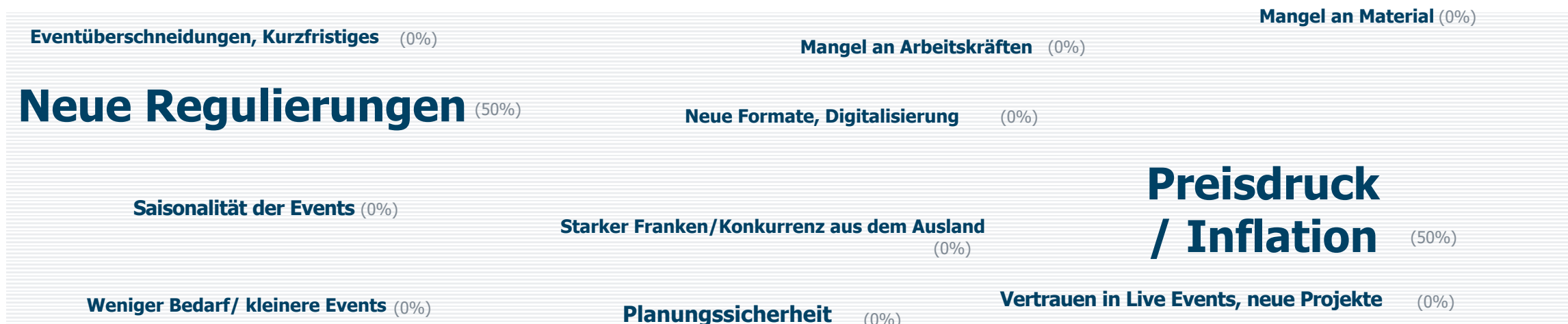
Q12.4 Welches sind die grössten Herausforderungen, die in den nächsten Jahren auf den Bereich Event / Live-Kommunikation in der Schweiz und somit auf Sie zukommen werden? | Basis: Total N=4 | Offene Frage | \*sehr geringe Fallzahl

# Merklich ist bei den VSSA-Mitgliedern der unverändert hohe Optimismus gegenüber der Zukunft der Branche.

## Grundeinstellung für die Zukunft der Branche Event / Live-Kommunikation



## Herausforderungen in den nächsten Jahren im Bereich Event / Live-Kommunikation



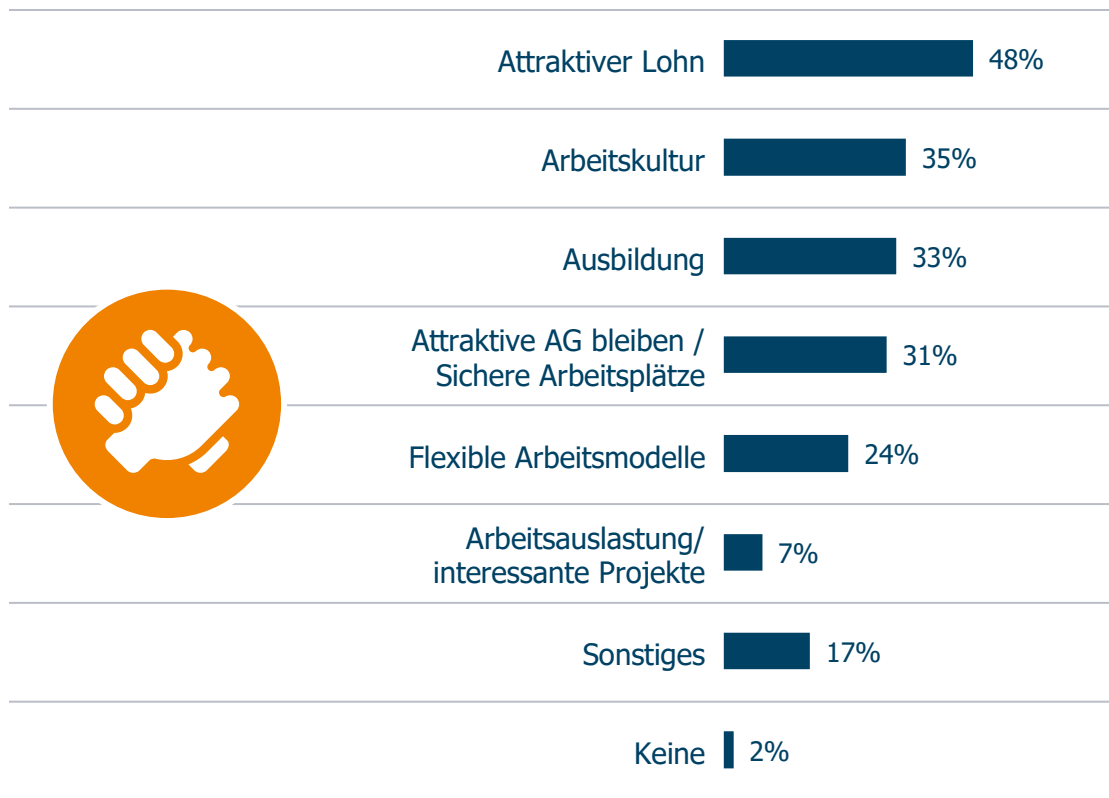
Q12.5 Wie ist ihre Grundeinstellung für die Zukunft der Branche Event / Live-Kommunikation? | Basis: Total N=4 Skala von 1 = negativ bis 5 = positiv | Mittelwert | \*sehr geringe Fallzahl

Q12.4 Welches sind die grössten Herausforderungen, die in den nächsten Jahren auf den Bereich Event / Live-Kommunikation in der Schweiz und somit auf Sie zukommen werden? | Basis: Total N=2 | Offene Frage | \*sehr geringe Fallzahl



# Um Fachkräfte zu halten, setzen die meisten Befragten auf den Lohn, die Arbeitskultur und die Ausbildung.

## Massnahmen, um die Abwanderung von Fachkräften zu vermindern



## Massnahmen – Top 3

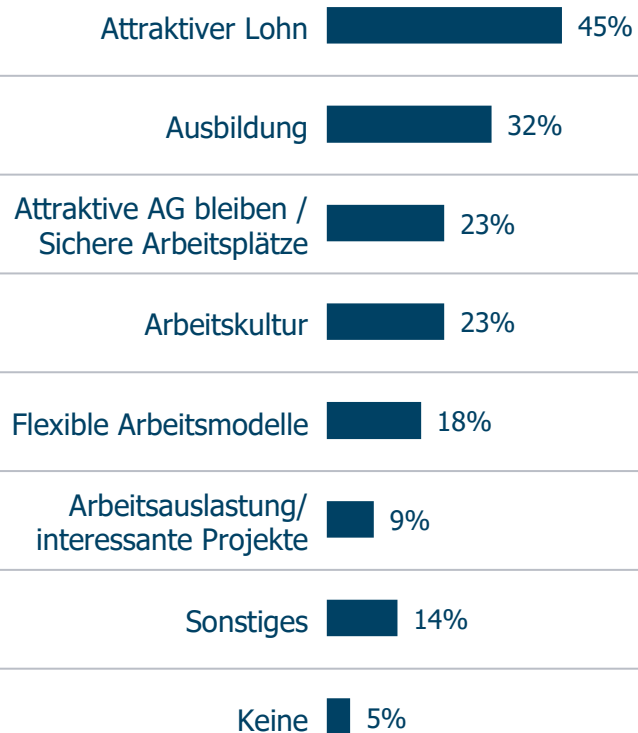


Q12.3 Welche Massnahmen ergreift Ihr Unternehmen, um die Abwanderung von Fachkräften zu vermindern?  
Basis: Total N=54 | Offene Frage | Angaben in relativen %

Q12.3 Welche Massnahmen ergreift Ihr Unternehmen, um die Abwanderung von Fachkräften zu vermindern?  
Basis: Total N=54 Nennungen | Offene Frage | Angaben in % | Top 3

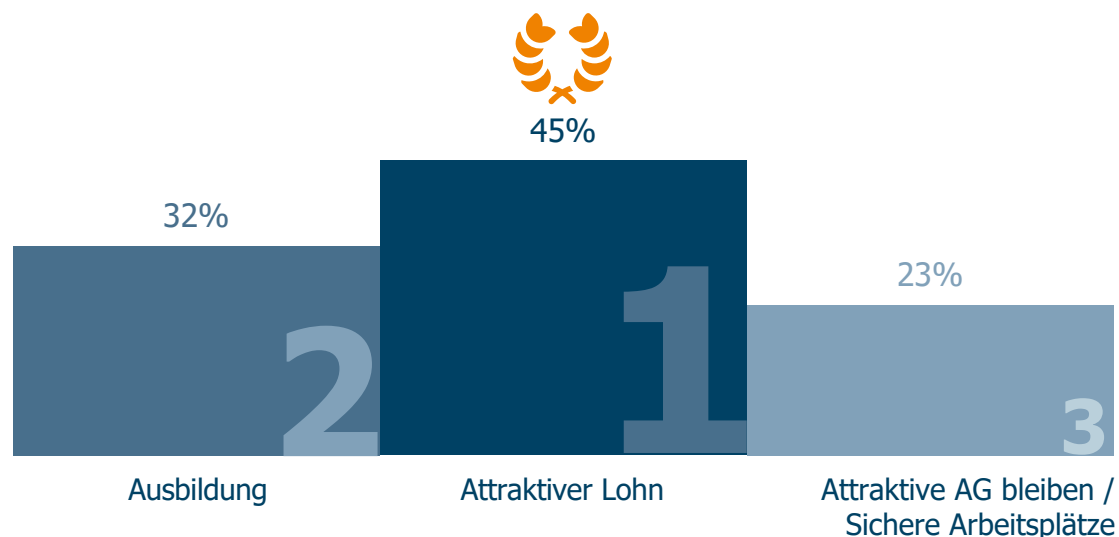
## EXPO EVENT Mitglieder setzen als Massnahme gegen die Abwanderung von Fachkräften v.a. auf einen attraktiven Lohn und die Ausbildung.

### Massnahmen, um die Abwanderung von Fachkräften zu vermindern



Q12.3 Welche Massnahmen ergreift Ihr Unternehmen, um die Abwanderung von Fachkräften zu vermindern?  
Basis: Total N=22 | Offene Frage | Angaben in relativen %

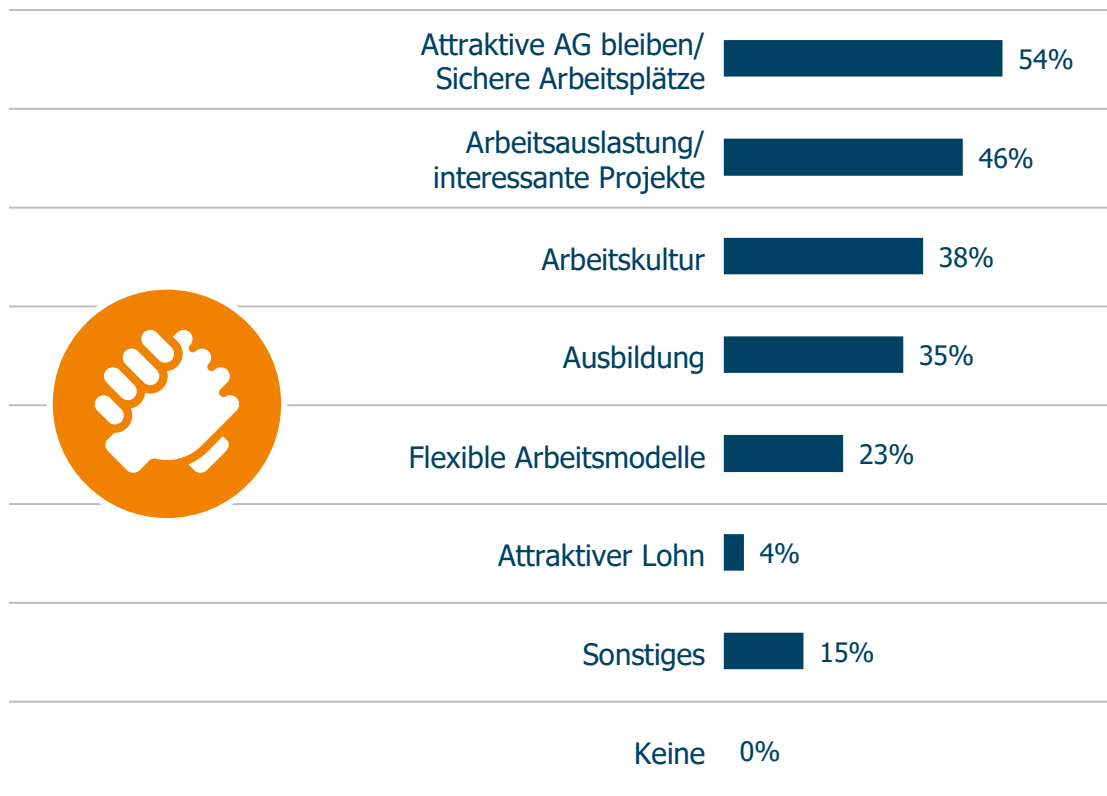
### Massnahmen – Top 3



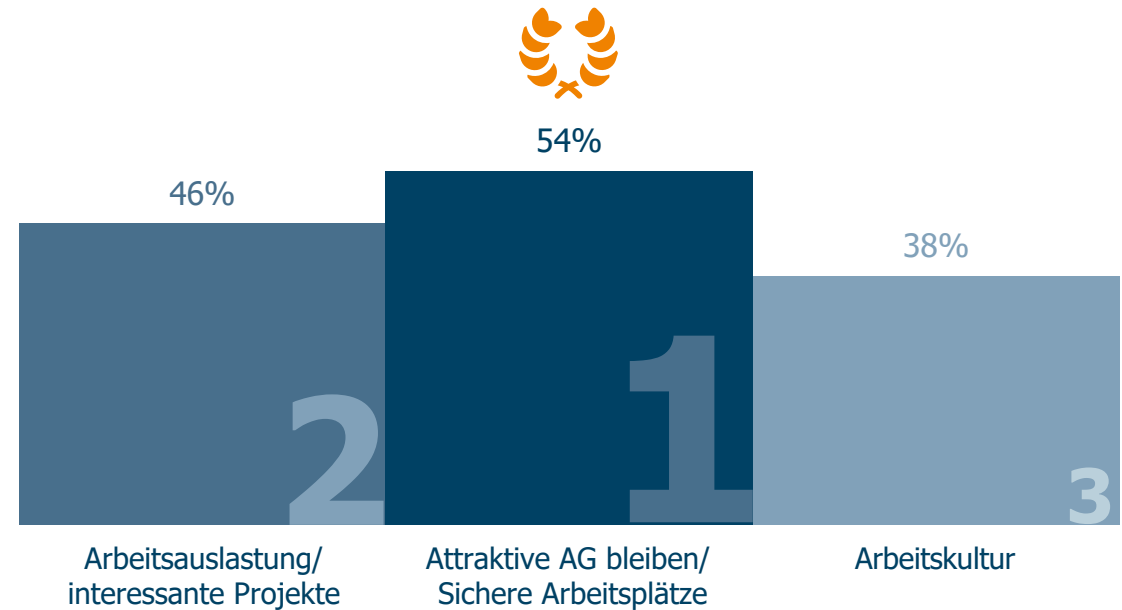
Q12.3 Welche Massnahmen ergreift Ihr Unternehmen, um die Abwanderung von Fachkräften zu vermindern?  
Basis: Total N=22 Nennungen | Offene Frage | Angaben in % | Top 3

# Bei svbt sind die wichtigsten Massnahmen gegen Abwanderung von Fachkräften die Attraktivität der Arbeitgeber und die Auslastung durch interessante Projekte.

## Massnahmen, um die Abwanderung von Fachkräften zu vermindern



## Massnahmen – Top 3

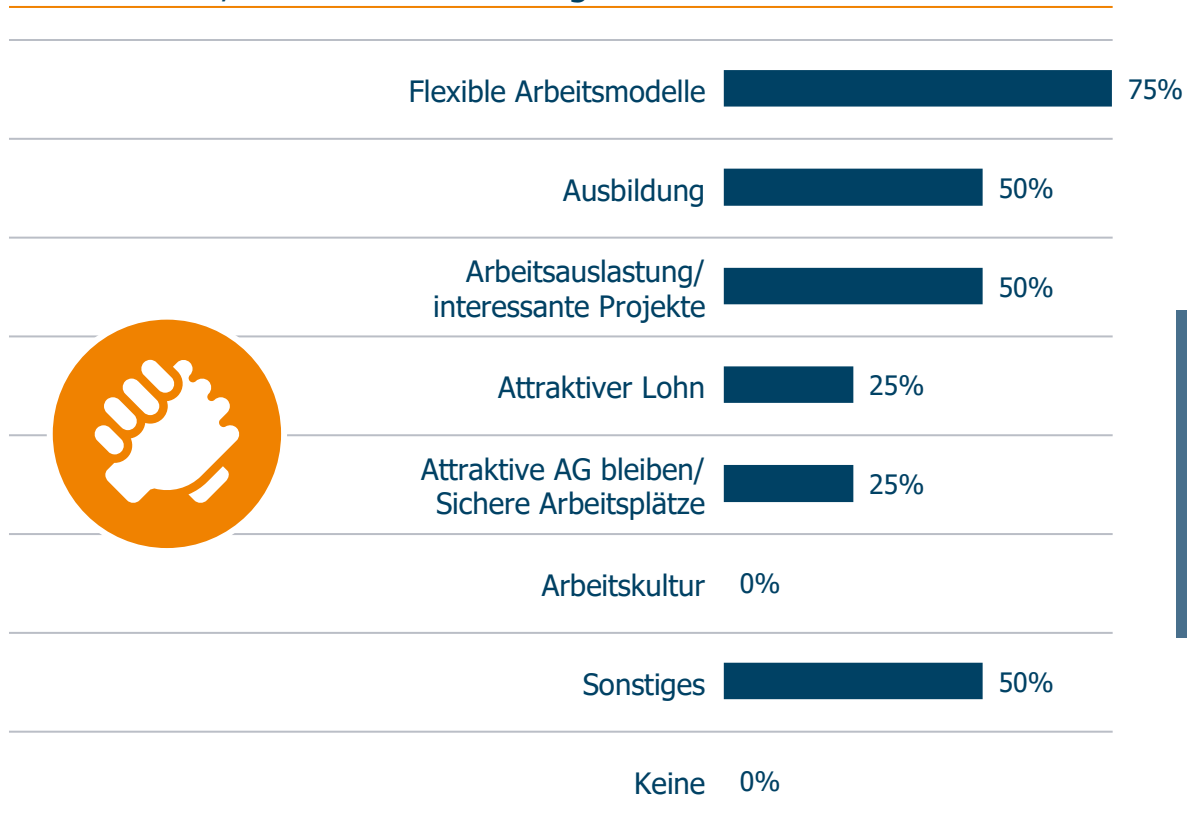


Q12.3 Welche Massnahmen ergreift Ihr Unternehmen, um die Abwanderung von Fachkräften zu vermindern?  
Basis: Total N=26 | Offene Frage | Angaben in relativen %

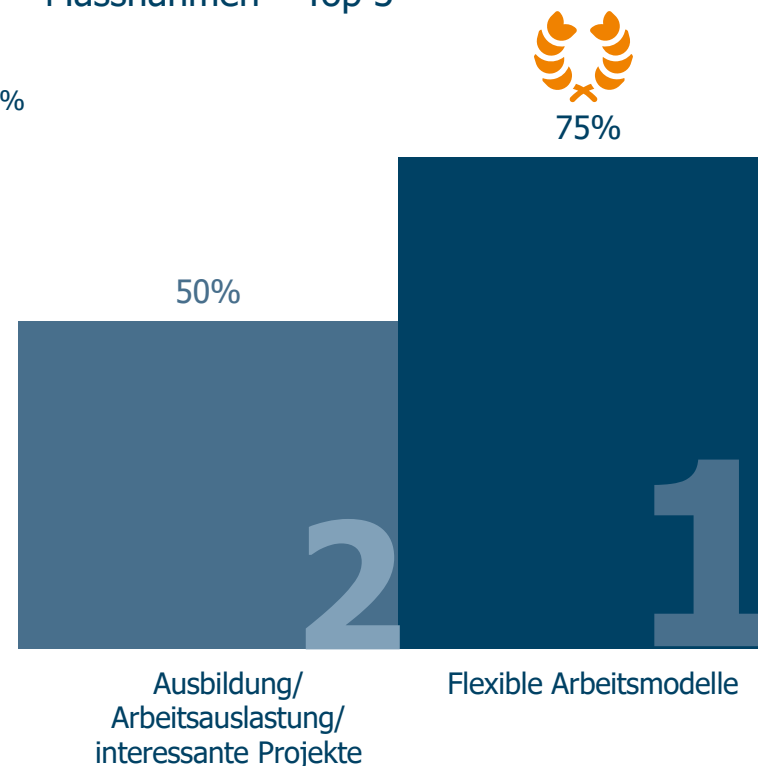
Q12.3 Welche Massnahmen ergreift Ihr Unternehmen, um die Abwanderung von Fachkräften zu vermindern?  
Basis: Total N=26 Nennungen | Offene Frage | Angaben in % | Top 3

# Mitglieder von Tectum sehen flexible Arbeitsmodelle als die wichtigste Massnahme zu Sicherung von Fachkräften gefolgt von Ausbildung und Arbeitsauslastung.

## Massnahmen, um die Abwanderung von Fachkräften zu vermindern



## Massnahmen – Top 3

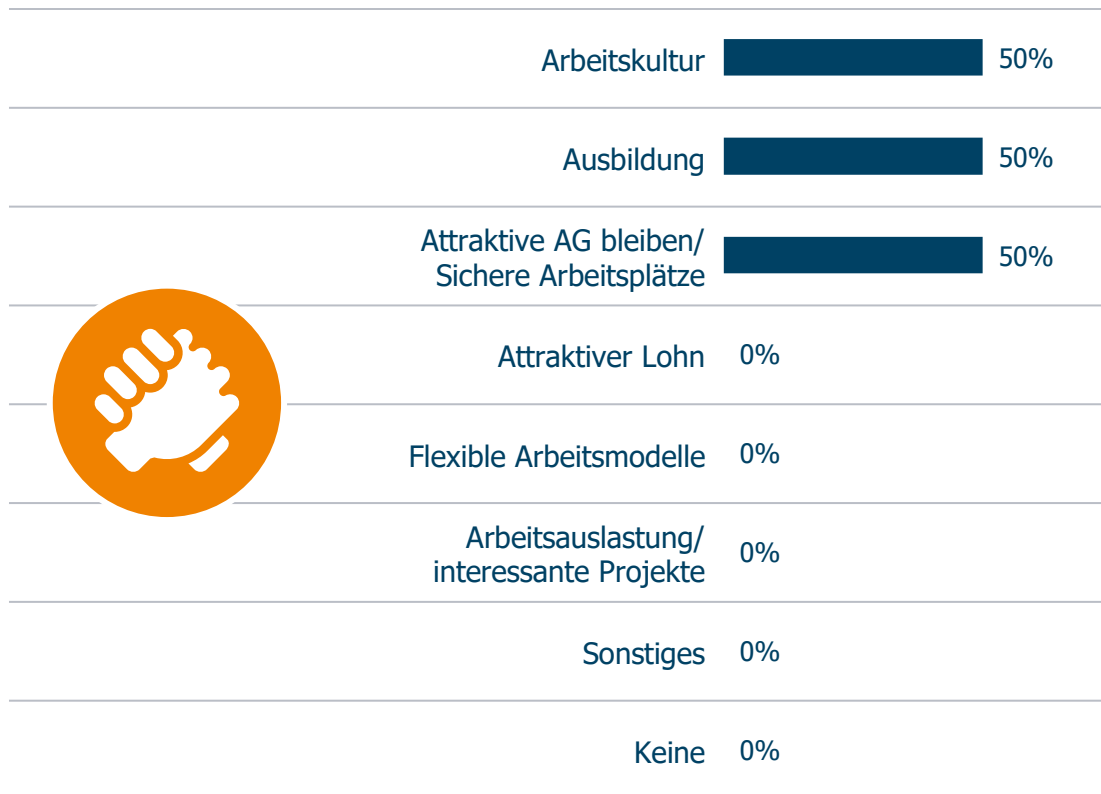


Q12.3 Welche Massnahmen ergreift Ihr Unternehmen, um die Abwanderung von Fachkräften zu vermindern?  
 Basis: Total N=7 | Offene Frage | Angaben in relativen % | \*sehr geringe Fallzahl

Q12.3 Welche Massnahmen ergreift Ihr Unternehmen, um die Abwanderung von Fachkräften zu vermindern?  
 Basis: Total N=7 Nennungen | Offene Frage | Angaben in % | Top 3 | \*sehr geringe Fallzahl

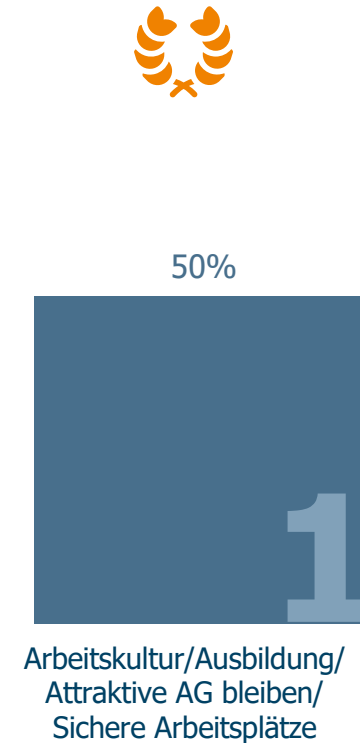
# Arbeitskultur, Ausbildung und die Attraktivität der AG sind gleichermassen wichtig für die Mitglieder von VSSA.

## Massnahmen, um die Abwanderung von Fachkräften zu vermindern



Q12.3 Welche Massnahmen ergreift Ihr Unternehmen, um die Abwanderung von Fachkräften zu vermindern?  
Basis: Total N=3 | Offene Frage | Angaben in relativen % | \*sehr geringe Fallzahl

## Massnahmen – Top 3

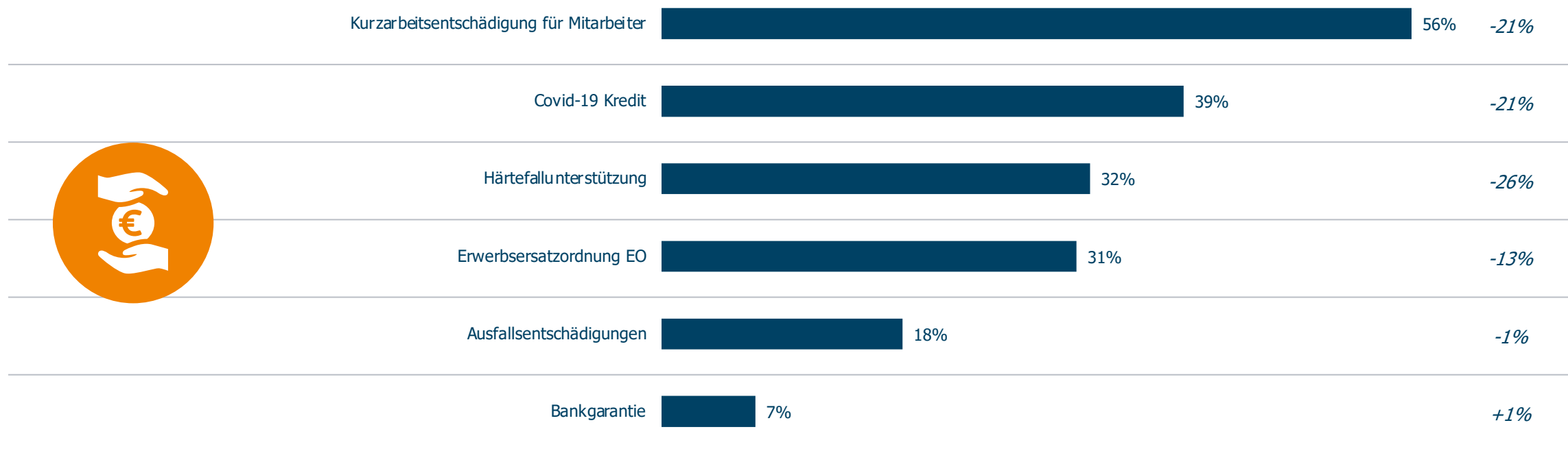


Q12.3 Welche Massnahmen ergreift Ihr Unternehmen, um die Abwanderung von Fachkräften zu vermindern?  
Basis: Total N=3 Nennungen | Offene Frage | Angaben in % | Top 3 | \*sehr geringe Fallzahl

## Der Gebrauch von Hilfsmassnahmen hat sich deutlich Verringert. Ausfallentschädigungen und Bankgarantie bleiben auf einem tiefen Niveau.

Bisher in Anspruch genommene Hilfsmassnahmen insgesamt

Δ 2022

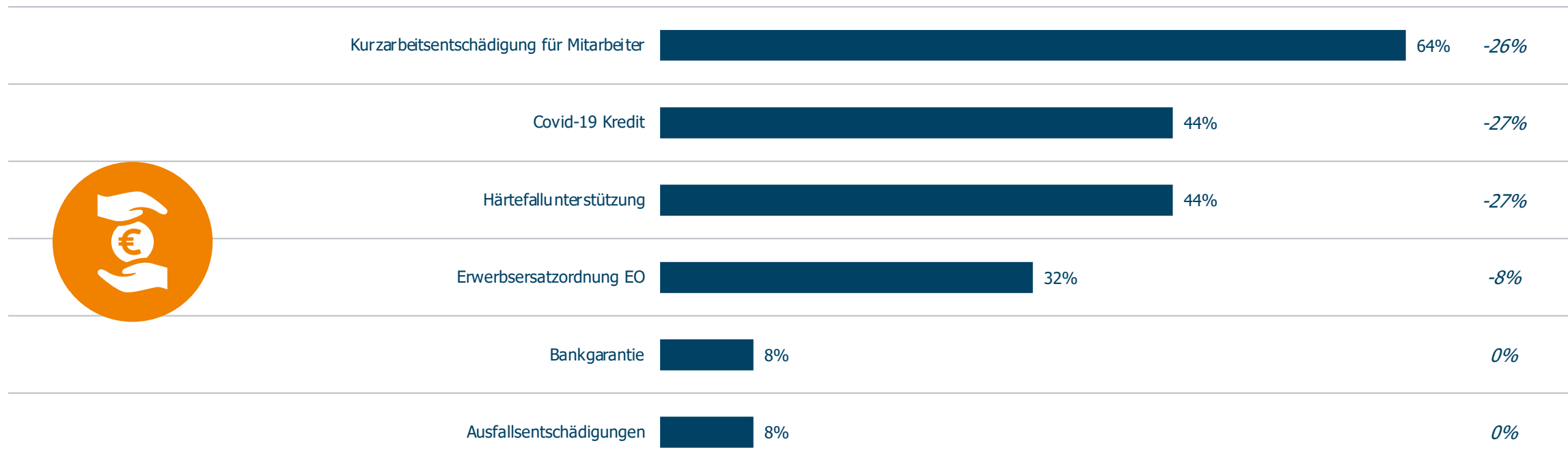


Q14.1 Welche Hilfsmassnahmen haben Sie bezogen, die Sie aktuell noch bestehen haben?  
Basis: Total N=71 | Mehrfachantworten möglich | Angaben in %

## Auch noch 2024 beziehen die meisten Mitglieder von EXPO EVENT Kurzarbeitsentschädigungen. Es sind rund 26% weniger als noch 2022.

### Bisher in Anspruch genommene Hilfsmassnahmen EXPO EVENT

Δ 2022

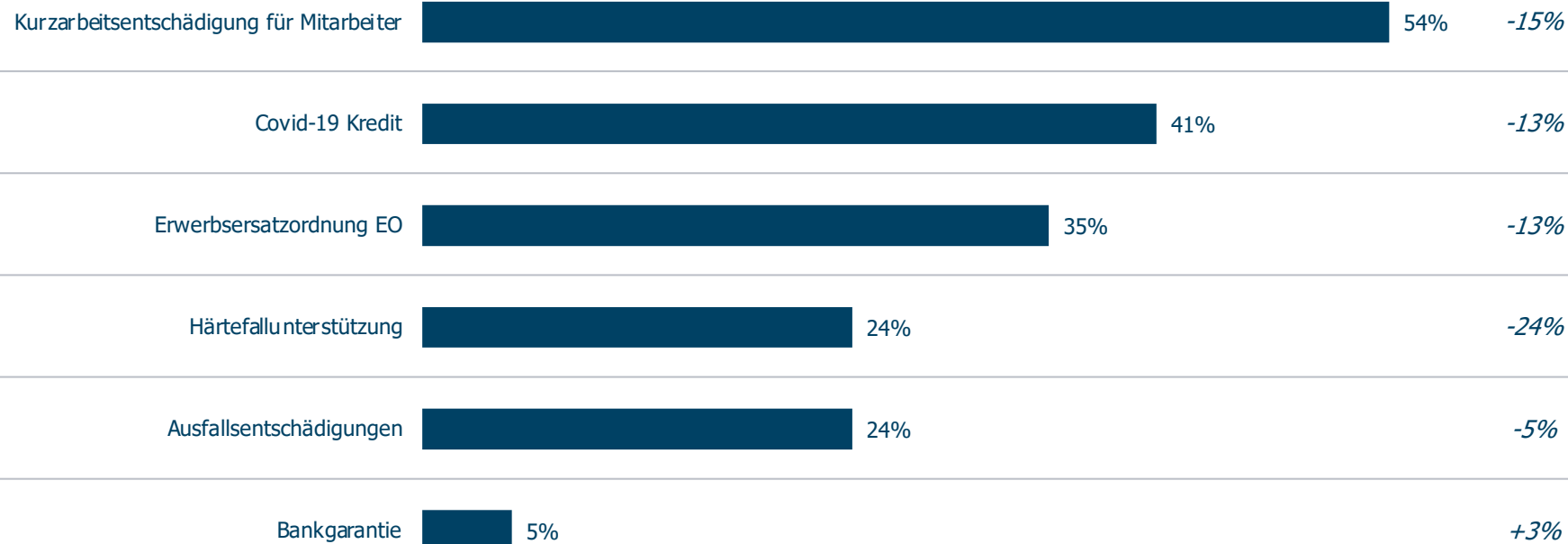


Q14.1 Welche Hilfsmassnahmen haben Sie bis heute bezogen?  
Basis: Basis: Total N=25 | Mehrfachantworten möglich | Angaben in %

# Der Rückgang an beanspruchten Hilfsmassnahmen ist bei svtb geringer als bei den anderen Verbänden.

Bisher in Anspruch genommene Hilfsmassnahmen svtb

Δ 2022



Q14.1 Welche Hilfsmassnahmen haben Sie bis heute bezogen?  
 Basis: Total N=37 | Mehrfachantworten möglich | Angaben in %



## Härtefallunterstützung und Kurzarbeitentschädigungen sind für Mitglieder von Tectum gleichermaßen beansprucht worden.

### Bisher in Anspruch genommene Hilfsmassnahmen TECTUM



Kurzarbeitentschädigung für Mitarbeiter 60%

Härtefallunterstützung 60%

Covid-19 Kredit 20%

Erwerbsersatzordnung EO 20%

Bankgarantie 0%

Ausfallsentschädigungen 0%

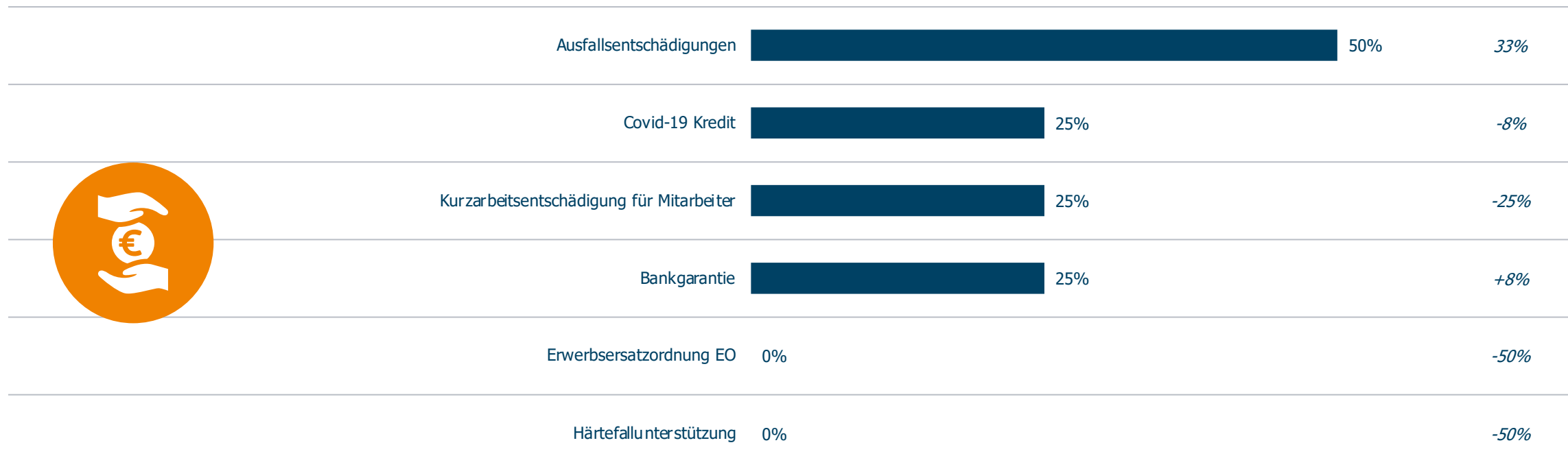
Q14.1 Welche Hilfsmassnahmen haben Sie bis heute bezogen?

Basis: Total N=5 | Mehrfachantworten möglich | Angaben in % | \*sehr geringe Fallzahl

## Bei VSSA sind die Hilfsmassnahmen Ausfallentschädigungen deutlich wichtiger geworden. Auch die Bankgarantie wird von rund 8% mehr Mitgliedern beansprucht.

Bisher in Anspruch genommene Hilfsmassnahmen VSSA\*

Δ 2022



Q14.1 Welche Hilfsmassnahmen haben Sie bis heute bezogen?

Basis: Total N=4 | Mehrfachantworten möglich | Angaben in % | \*sehr geringe Fallzahl

# VIELEN DANK! FÜR FEEDBACK UND FRAGEN

---



**Johann Laut**  
Research Director

[j.laut@g-i-m.com](mailto:j.laut@g-i-m.com)



GIM | RELEVANCE COUNTS.