

1 MANAGEMENT SUMMARY

1.1 Hauptresultate

Definition Live Communication (mit Marketingbezug): Vielfalt an Kommunikationsinstrumenten, die zeitlich befristet oder unbefristet sind, eine persönliche Begegnung, Dialog und die multisensuelle Erfahrbarkeit von Produkt- und Markenleistungen in einem vom Unternehmen inszeniertem Umfeld ermöglichen. Strukturmerkmale der Branche (wo nicht anders vermerkt bezogen auf 2017):

- ▶ 317 Unternehmen (Live Communication als Haupt- und Nebengeschäft), 84 % Unternehmen Klein- und Mikrounternehmen; 16 % mittelgrosse und grosse Unternehmen (50+ Angestellte)
- ▶ 2756 Mio. CHF Umsatz (+14 % gegenüber 2015); 5396 Mitarbeiter (+15 % gegenüber 2015)
- ▶ Der Umsatz des Messeplatzes Schweiz beträgt 744 Mio. CHF (+11.6 % gegenüber 2016)
- ▶ Anteil der einzelnen Live-Communication-Instrumente am Gesamtumsatz der Branche:
 - › Corporate-/Mitarbeitererevents: $> \frac{2}{5}$ (leichtes Wachstum gegenüber 2015)
 - › Publikums-/Spezialmessen $> \frac{1}{3}$ (gleich geblieben gegenüber 2015)
 - › Temporäre Ausstellungen, freizeitorientierte Public Events, Showrooms, Promotion u. a.: $\frac{1}{5}$ (leichte Abnahme gegenüber 2015)
- ▶ Internationalisierung stabil: $\frac{1}{3}$ der schweizerischen Betriebe vergibt 2018 Aufträge ins Ausland; $< \frac{3}{5}$ nimmt Aufträge im Ausland an (ähnlich wie 2016)
- ▶ Ins Ausland vergebene Aufträge 2018: handwerkliche Arbeiten (77 %), Druck (46 %) und Umsetzung digitaler Lösungen (32 %). Gründe: entsprechende Leistung in der Schweiz nicht verfügbar (71 %), geringere Kosten (54 %), schnellere Lieferzeiten (29 %).
- ▶ «Mega-Trend» Digitalisierung schreitet zwischen 2015 und 2017 voran:
 - › $> 66\%$ der Projekte setzen Social-Media-Plattformen, Websites, digitales Teilnehmer-Handling ein
 - › $> 50\%$ der Projekte setzen Bilder/Videoplattformen und Mobile-/Tablet-Apps ein
 - › $> 33\%$ der Projekte setzen Screened Interaction und Games ein
 - › $> 20\%$ der Projekte setzen 3-D-Technologien und Augmented Reality ein
 - › Grosses Wachstum verzeichneten in den letzten zwei Jahren Screened Interaction (+26 %), Social Media Plattformen (+14 %), Augmented Reality (+17 %), Bilder/Videoplattformen (+16 %), Mobile-/Tablet-Apps (+8 %).
- ▶ Mega-Trend «Nachhaltigkeit»: 78 % der Live-Communication-Unternehmen haben Massnahmen zur Steigerung der ökologischen Nachhaltigkeit implementiert (2015: 72 %). Getroffene Massnahmen:

- › den Kunden nachhaltige Dienstleistungen anbieten (48 %, +8 % gegenüber 2015)
- › Zertifizierung: 18 % der Unternehmen
- › Andere: 12 % der Unternehmen
- ▶ Wirtschaftliche Nachhaltigkeit: $\frac{4}{5}$ der Unternehmen konnten bei mind. 20 % ihrer Projekte Mehrjahresverträge abschliessen
- ▶ Akquisition von Aufträgen mittels Pitch bleibt von Bedeutung:
 - › 36 % der Unternehmen nahm an keinem Pitch teil (2015: 28 %)
 - › 43 % der Unternehmen nahm an 1–9 Pitches teil (2015: 38 %)
 - › 28 % der Pitches werden nicht vergütet; Pitchhonorare bleiben tief (knapp $\frac{2}{3}$ der Pitchhonorare betragen zwischen 1000 CHF bis max. 6000 CHF)
- ▶ In der Hälfte der Projekte kommt es «manchmal» bis «oft» zu einem persönlichen Briefinggespräch
- ▶ Verbindung Live-Communication mit anderen Kommunikationsmassnahmen wird von $\frac{2}{3}$ der Kunden mindestens «manchmal» verlangt
- ▶ Erfolgskontrollen: in < 73 % der Projekte mindestens «manchmal» verlangt

1.2 Fazit der Autoren

Die Gesamtsituation der Live-Communication Branche ist erfreulich: Der Gesamtumsatz der Branche wächst (sowohl Live-Communication als auch Teilbereich der Messeplätze), ebenso wächst die Anzahl der beschäftigten Mitarbeiter. Am stärksten ist der Bereich der Corporate-/Mitarbeitererevents gewachsen. Dies entspricht der internationalen Entwicklung, die für die meisten Länder ein Wachstum der Live Communication zeigt. Bei den Budgets der einzelnen Projekte ist z. T. jedoch ein gewisser Preisdruck spürbar.

Digitalisierung und Nachhaltigkeit sind klare «Mega-Trends», die sich in der Branche niederschlagen. Der Einsatz von Social-Media-, Bilder/Videoplattformen, Screened Interaction, Mobile-/Tablet-Apps hat bei den durchgeführten Projekten klar zugenommen. Der Einsatz von Augmented-Reality-Lösungen legt ebenfalls deutlich zu, wird allerdings noch nicht so häufig eingesetzt wie andere Technologien.

Ökologisch nachhaltige Dienstleistungen haben stark an Bedeutung gewonnen: In der Zwischenzeit bieten drei Viertel der Unternehmen entsprechende Dienstleistungen an.