

Die Entertainment-Branche im Fokus

In Andermatt versammelte sich die Elite der Schweizer Unterhaltungsbranche zum 360° Entertainment Forum 2025. Der diesjährige Kongress verzeichnete mit rund 500 Teilnehmenden einen neuen Besucherrekord. Im Mittelpunkt der Diskussionen standen die neusten Insights zur weltweit grössten Musik-Show, dem ESC 2025, die Wirtschaftlichkeit von Grossveranstaltungen, belegt durch eine gross angelegte Studie der HWZ und der Rolle der künstlichen Intelligenz im Eventbusiness sowie in den Medien.

Andermatt, 26. März 2025 – Die höchste Schweizerin, Nationalratspräsidentin Maja Riniker, eröffnete das 360° Entertainment Forum in Andermatt, das zentrale Branchentreffen der Entertainment-Industrie. Vor rund 500 Teilnehmerinnen und Teilnehmern unterstrich Riniker die Bedeutung der Event-Branche. «Events lösen eine grosse wirtschaftliche Wertschöpfung aus. Die Schweiz besteht nicht nur aus Milch, Käse und Schokolade, es gibt auch Entertainment», sagte Riniker. Hans-Willy Brokes, Co-Gastgeber und Geschäftsführer von ESB Marketing Netzwerk, fügte hinzu: «Events sind auch emotional wichtige Ankerpunkte in der Gesellschaft.» Oliver Niedermann, Co-Gastgeber und CEO von Ticketcorner, freute sich über die positive Marktentwicklung in den letzten Jahren: «Als Ticketingunternehmen sind wir ein wichtiger Eckpfeiler in der Event-Wertschöpfungskette und freuen uns über die positive Entwicklung der letzten Jahre».

Zwei Grosskonzerte zeigen wirtschaftlichen Boom

Internationale Musik-Events sind nicht nur kulturelle Highlights, sondern auch bedeutende Wirtschaftsfaktoren. Eine Studie der HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich in Zusammenarbeit mit Ticketcorner belegt diese wirtschaftliche Bedeutung internationaler Grosskonzerte für die Schweiz. Am Beispiel zweier Grosskonzerte im Sommer 2024 in Zürich wurde eine Gesamtwertschöpfung von CHF 92,5 Millionen belegt. Mit positiven Effekten für Tourismus, Handel und Gastronomie. Prof. Dr. Claude Meier, Leiter des Center for Research & Methods der HWZ, erklärt: «Die Ergebnisse zeigen, dass internationale Grosskonzerte weit über den reinen Ticketverkauf hinaus breite wirtschaftliche Impulse setzen.»

Künstliche Intelligenz im Medienhaus

Die KI findet auch immer tiefer Anwendung im Medienhaus, wo sie bei der automatisierten Erstellung von Inhalten oder auch der Analyse von Nutzerdaten hilft. Ladina Heimgartner, Head Media Ringier AG und CEO Ringier Medien Schweiz, hat das Thema aufgegriffen: «Rund CHF 2,5 Mrd. (80%) der digitalen Werbegelder fliessen zu internationalen Tech-Giganten und damit ins Ausland». Die Branchenvertreter diskutierten über die Konsequenzen von KI für Medien- und Event-Welt – von personalisierten Ticketverkäufen bis hin zur automatisierten Content-Produktion. Die Qualitätsunterschiede zwischen herkömmlichem Journalismus, Social Media und KI-gesteuertem Content sind allerdings immens: Heimgartner führt die These anhand eines Beispiels aus: «Die Tech-Giganten werden nie Journalisten zum Felssturz nach Brienz schicken, die vor Ort mit den betroffenen Menschen reden».

ESC: Exklusiver Einblick in die grösste Musikshow der Welt

Nach 36 Jahren kehrt der Eurovision Song Contest dieses Jahr in die Schweiz zurück – ein Ereignis von historischer Bedeutung für die nationale Musik- und Entertainmentlandschaft. Die Co-Executive Producer Reto Peritz und Moritz Stadler, Kommunikationschef Edi Estermann sowie Dr. Frank-Dieter Freiling, ehemaliger Vorsitzender des ESC-Aufsichtsgremiums, gewährten exklusive Einblicke in das «Innenwerk» dieser gigantischen Show. Sie berichten über die Herausforderungen der Organisation, die logistischen Meisterleistungen und die immense Strahlkraft dieses Spektakels, das nicht nur Millionen von Zuschauerinnen und Zuschauern weltweit fasziniert, sondern auch die gesamte Schweizer Entertainmentbranche ins internationale Rampenlicht rückt.

Das 360-Grad-Entertainment-Forum in Andermatt öffnete wertvolle Einblicke in die Zukunft der Entertainment-Branche und bot eine lebendige Plattform für Austausch, Inspiration und Innovation. In Diskussionsrunden, Networking-Sessions und interaktiven Formaten kamen Branchenexpertinnen und -experten, Kreative und Entscheidungsträger zusammen, um neue Trends zu analysieren, zukunftsweisende Strategien zu entwickeln und wertvolle Partnerschaften zu knüpfen.