

**Welcome in Frankfurt**

**Die Messe Frankfurt in Zahlen (Stand Ende 2014)\*:**

- 550 Mio. EUR Umsatz
- Über 2.200 Mitarbeiter
- 578.000 qm Grundfläche
- 10 Ausstellungshallen
- 120 Messen in 2014

**Anteilseigner: 60% Stadt Frankfurt, 40% Bundesland Hessen**

**Internet: [www.messefrankfurt.com](http://www.messefrankfurt.com)**

**prolight+sound**

15. - 18. 4. 2015 **musikmesse**

Die musikmesse sowie die proligh und sound in Frankfurt (Main) sind, wo ich diese Zeilen schreibe, auch schon wieder einige Wochen passé. Was sich für den Außenstehenden wie eine Messe liest; es sind 2 Messen zum gleichen Zeitpunkt unter einem Dach: Die musikmesse (die internationale Messe für Musikinstrumente und Noten, Musikproduktion und -vermarktung) sowie die proligh + sound (die internationale Messe der Technologien und Services für Veranstaltungen, Installation und Produktion). Dass nutznießende Branchen – mir fallen spontan die DJs oder die unzähligen Hersteller von Zubehör ein – die beiden Messen für ihren Auftritt nutzen, ist naheliegend.



*Gitarre Gibson Les Paul in einer optisch veredelten Version (rocketbyz by tomyboy)*

Ich möchte Ihnen an dieser Stelle meine vielfältigen Eindrücke zu beiden Veranstaltungen zum Ausdruck bringen mit dem Hinweis, dass dieser Messebericht auf Grund der Größe der Veranstaltung nicht vollständig sein kann und auch nicht will.

Wer die Zahlen am Anfang dieses Berichts aufmerksam betrachtet hat, wird über die stolze Zahl von 578.000 qm Grundfläche „gestolpert“ sein. Als ich diese Zahl gelesen habe, habe auch ich gestutzt. Wer die Frankfurter Messehallen besucht, muss trotz Laufbändern ausgedehnte Fußwege in Kauf nehmen. Da kommen schnell Gedanken nach Kilometergeld etc. auf. Und Sam Cooke's Gassenhauer aus dem Jahr 1962 „Twistin' the night away“, der des Öfteren zu hören war, konnte man schon als Ironie des Schicksals bezeichnen. Bei den überlangen Distanzen zwischen den einzelnen Messehallen (und nicht alle waren belegt) freute man sich, dass die S-Bahnen direkt unterhalb des Messegeländes halten bzw. alternativ Messe-Shuttlebusse im Innenbereich der Messe halfen, unnötige Fußwege zu vermeiden.

Für 2016 plant die Messe Frankfurt übrigens, so die Presseankündigung, ein neues Messekonzept für beide Veranstaltungen, das sich „noch stärker an den Bedürfnissen der Veranstaltungs- und Musikinstrumentenindustrie ausrichten wird.“ Ich werde im nächsten Jahr wieder an dieser Stelle sein, Augen offen halten und über Verände-



*Perkussionsinstrument (Vancore Percussion Instruments B.V.)*

rungen berichten. Auch wenn weit über 100.000 Besucher in Frankfurt gezählt wurden, beschleicht mich das Gefühl, dass immer mehr Messehallen ungenutzt bleiben bzw. die vermieteten Hallen längst nicht mehr so prall wie früher gefüllt sind. Woran das wohl liegt? Sicherlich nicht an der fehlenden Kaufkraft verbunden mit nachlassenden Konsum, denn der scheint nach wie vor in beiden Branchen ungebrochen.

Ich komme auf die **musikmesse** zu schreiben, die nach meinen Recherchen die international bedeutendste Messe der Musikbranche ist: In einer überregionalen deutschen Tageszeitung fand ich einen Artikel über die musikmesse mit der Allerweltsüberschrift „Hier spielt die Musik“ und nachgelagert den imponierenden Satz „Eine Geige für 45 Euro, ein Flügel für 930.000 Euro“ (letzteres Bechstein). Und ich kann mir einen kleinen Seitenhieb nicht verkneifen, denn es gab ja noch – natürlich superschön und sündhaft teuer – die „Eden of Coronet“ von Gibson, die mit 483 Diamanten und echtem Gold veredelte und mit rd. 2 Mio. US-Dollar teuerste „Klumpfe“ der Welt. Sicherlich ein schniekes Teil, auch wenn sich dieses nicht jeder leisten kann oder will, zum Spielen vielleicht auch einfach nur zu schade. Auf der musikmesse treffen halt Gegensätze aufeinander. Nach 3 Messetagen – den 4. Tag habe ich mir mangels Zeit geschenkt – gebe ich dem Autor recht. Auch ohne Preisschild konnte man den Preis des einen oder anderen exquisiten Schmuckstücks erahnen.



**Die musikmesse2015 in Zahlen\*:**

**15. – 18.04.2015 (4 Tage; 15.04.2015 nur Fachbesucher)**

**65.355 Besucher aus 119 Ländern**

**1.329 Aussteller aus 51 Ländern**

Wer sich *die* Neuheiten bei den mechanischen Musikinstrumenten wie Blas-, Harmonika-, Schlag-, Streich- oder Zupfinstrumenten erhofft hatte, wurde enttäuscht. Was jedoch offensichtlich war: Zahlreiche Hersteller hatten ihre Produkte mit erlesenen Materialien oder ausgefallenen Designs verziert; egal ob edelste Hölzer oder alternativ feinste Lackierungen aus geübten Künstlerhänden.



**Kein Yellow Submarine: Tuba in (chinesisch?)gelb (Tjianjin Chixing International Trade)**

Und Airbrush sowie LED- oder Hologrammeffekte liegen in der Gunst der Musikinstrumente augenscheinlich sehr hoch. Technische Lösungen lassen individuelles Outfit zu und die Kundschaft kauft auch gerne nach optischen Gesichtspunkten, also Ausgefallenes, Deftiges oder halt Kitschiges. Und wer der Meinung ist, das ein Klavier immer schwarz bzw. weiß lackiert sein muss, wurde auf der musikmesse schnell und häufig eines Besseren belehrt.

Die musikmesse ist international und Musik wird weltweit gemacht. Daher war es naheliegend, dass auch exotische Instrumente mit mir unbekannt Namen beispielsweise aus südamerikanischen, nordafrikanischen oder gar asiatischen Ländern zu sehen waren.

Bei den elektronisch gestützten Klangerzeugern geht der Trend aktuell wieder mehr zu Hardware als zu Software. Der große Renner sind Synthesizer. Bei diesen Geräten (oder vielleicht doch besser Instrumenten?) sind dem eigenen Spieltrieb so-



**Vereinigtes Europa jetzt auch bei Gitarren? (EMP Electronic Merchandise Promotions B.V.)**

wie der Fantasie keine Grenzen gesetzt. Und bei mangelnder Fingerfertigkeit hilft dann notfalls die Elektronik dem Klang auf die Sprünge. Gott sei Dank hatten einige „Pseudo-Musiker“, die die elektronisch gestützten Instrumente

nach Herzenslust malträtierten, einen Kopfhörer übergestülpt, so dass man vor größeren Hördesastern verschont blieb. Wer hat schon freiwillig Sehnsucht auf 30 gleichzeitig spielende Keyboards oder elektrische Gitarren? Glauben Sie mir: Ich bin fast jedes Jahr in Frankfurt mit von der Partie und habe sowohl in den vergangenen Jahren wie auch heuer wieder Etliches „auf die Ohren bekommen“. Apropos auf die Ohren bekommen: Wer es sich als Aussteller leisten konnte, hatte eigene Musiker engagiert, was sich größtenteils echt cool anhörte.

Wem die Musik in den Hallen zu leise war (Der Messeservice kontrollierte regelmäßig mit einem Pegelmesser und nach meinen Beobachtungen recht penibel den Lautstärkepegel bei den einzelnen Musikevents auf den Ständen und mehr als 75 dB waren tabu!) oder nicht gefiel, konnte auf das Freigelände der Messe ausweichen und sich in den dortigen Zelten die Ohren „voll dröhnen“ lassen.

Keine Musikmesse ohne Rahmenprogramm und allem was dazu gehört, also den Eventcharakter nachhaltig fördert: Konzerte, Workshops, Präsentationen, Autogrammstunden mit namhaften Musikern, Preisverleihungen. Alleine in der Acoustic Stage traten über 50 verschiedene Musiker an den 4 Messetagen auf. Und für jeden Musikgeschmack war etwas dabei. Ob Klassik, Jazz, Pop, Rock, Heavy Metal – jeder Zuhörer kam bei dem vielfältigen Angebot auf seine Kosten, vorausgesetzt man war zum richtigen Zeitpunkt am richtigen Ort, was bei der Größe des Messegeländes nicht so ganz einfach war.

Nachwuchsförderung: Die Musikmesse hat auch ein offenes Ohr für die Nachwuchsförderung. Der Freitag als 3. Messetag bot Schulklassen ein vielfältiges Angebot an Aktivitäten. In dem Sonderareal „Music4Kids“ konnten Schüler auf musikalische Entdeckungsreise gehen, beispielsweise mit dem jungen chinesischen Starpianisten Lang Lang. Auch gab es für die Kids diverse Instrumenten-Workshops mit anderen namhaften Künstlern, DJ-Einführungskurse oder gar Soundexperimente. Als besonderes Highlight konnte die Ausstellung „In the Eye of the Rock’n’Roll Hurricane“ des amerikanischen Starfotografen Neal Preston eingestuft werden, die die Besucher bildlich in 45 Jahre Rockgeschichte eintauchen ließ.

Die Musikmesse, so das Resümee von Gibson Brands-Manager Michael Smilgies, ist eine „Plattform für außergewöhnliche Aktionen rund um die Musik und sie gibt den Herstellern die Möglichkeit zur Imagebildung und zur gezielten Endkundenansprache“. Und Gibson Brands ist einer der Leader in der Musikszene.

Ich komme auf die **prolight + sound** zu schreiben, die 2015 ihr 20 jähriges Jubiläum feierte. Nun: Mit einem jährlichen Umsatz von 3,75 Mio. EUR kann man die Branche um die Veranstaltungstechnik (Ton und Licht) schon als Schwergewicht bezeichnen.

Und Frankfurt zeigte sich als Superlative: Waren es noch so kleine digitale Aufzeichnungsgeräte mit allen erdenklichen Features (Computerchips sei Dank), LED-Scheinwerfer in Cola-Dosen-Größe, das größte mobile LED-Display oder halt „nur“ der weltgrößte Lautsprecher. Dank „Alex-Audio“, einem Hersteller aus dem PA-(Public Address)-Lautsprechersektor geht nun so richtig die Post ab und es kann auch richtig laut werden. Dafür sorgt ein 80 Zoll-großer Lautsprecher mit einem Kampfgewicht von 350 kg, der mühelos 135 dB schafft; also eher der „Brüllaffe“ als der Leisetreter. Akustisch und Dezibel-mäßig gesehen der reinste Wahnsinn.

Themenschwerpunkt der prolight + sound war „Stagery“. So war es nicht verwunderlich, dass erstmals Aussteller aus Theater und Film sowie Bühnenbeleuchtung in Frankfurt zugegen waren. Davon konnte ich mich persönlich in



Farbe gefälligst? Gelbe Harfen (CAMAC HARPS Harfengalerie Berlin)



Themenschwerpunkt der prolight + sound war „Stagery“. So war es nicht verwunderlich, dass erstmals Aussteller aus Theater und Film sowie Bühnenbeleuchtung in Frankfurt zugegen waren. Davon konnte ich mich persönlich in

einem Interview mit einem Hersteller von Theaterschuhen überzeugen.



*Stanton-Plattenspieler designed von rocketbyz by tomyboy*

Ich komme zu einigen Trends in der Audiotechnik, die den Zeichen der Zeit folgend digitaler Natur sind: Ton und Bild wachsen immer mehr zusammen; sei es der kompakte Audiorecorder (gesehen bei Tascam oder Zoom), der sich mitsamt passenden Mikrofonen mit wenigen Handgriffen an eine Foto- oder Videokamera andocken lässt und den optimalen Ton zum guten Bild verschaffen soll. Da ist es konsequent, dass WLAN-Funktionen auch bei mobilen Rekordern (Tascam) für Fernsteuerung, Datenübertragung oder einfach nur Streaming Einzug halten. Und wo wir schon bei den mobilen, Kartengestützten Audiorekordern sind: der Boom scheint hier durch eine Vielzahl neuer Entwicklungen und nachgelagert Produkte ungebrochen.

Bei analogen Mixern sind mir (leider!) keine Neuentwicklungen aufgefallen. Aber in diversen Gesprächen mit Recordingspezialisten hörte ich dann doch heraus, dass analoge Mischpulte in der Recordingszene nach wie vor in sind und betagte „Schätzchen“ aus klanglichen Gründen immer noch eingesetzt und aufwändig mit viel Liebe gepflegt werden. Bei digitalen Mischpulten geht ein Trend Richtung Tablet mixing. Dabei geschieht das Mischen drahtlos per Fernsteuerung mit Hilfe eines Tabletcomputers. Der Vorteil liegt in der beliebigen Positionierung des Tablets, sprich des mobilen Mischpults.

Bei Mikrofonen ist ein Trend zu Retromikrofonen, extrava-



*Telefunken (Elektroakustik) mit einem respektablen Angebot an Nachbildungen historischen Mikrofone*



*Designed by Biene Maja? Mikrofon "King Bee" (Neat Microphones – a member of the Gibson family of brands)*

gantem Design oder zu Minimalismus (möglichst unsichtbare Mikrofone) zu verzeichnen. Retromikrofone nehmen sich bekannte Klassiker als Vorbild und nutzen zum Betrieb oftmals Röhrenschaltungen, natürlich mit neuester Technik. Da verwundert es nicht, dass der Name Telefunken Elektroakustik (Ich denke da beispielsweise an die legendären Rundfunkbandmaschinen aus der M-Serie.) mit dem legendären Telefunken-Logo in der Profiszene wieder auf dem Markt erscheint. Telefunken war über Jahrzehnte einer der renommiertesten Marken unter den deutschen Mikrofonherstellern. Bei Aktivboxen – passive Lautsprecher sind in der Profiszene so gut wie „out“ – ist der Trend zu möglichst preisgünstigen Produkten zu verzeichnen. Und immer mehr Anbieter, mittlerweile auch angestammte Hifi-Lautsprecherproduzenten wie Canton, Nubert oder Elac haben dieses Segment für sich entdeckt. Der Begriff Desktoplautsprecher hat sich eingebürgert; aktivgetriebene Lautsprecher im Miniformat, die die erträgliche Wiedergabe von Tönen aus dem Computer ermöglichen.

Auch bei Nahfeldmonitoren gibt es die eine oder andere interessante Neuentdeckung frei nach dem Motto „Gutes muss nicht teuer sein“ zu entdecken, was dem Verbraucher nur recht und billig sein kann, sofern er auf Furnier oder ausgefallene Farben keinen Wert legt. Leider sind die Frankfurter Messehallen mit ihren überwiegend offenen Messeständen für einen Hörcheck derart ungeeignet, um bei interessanten Lautsprecherkonstruktionen „ein Ohr zu nehmen“. Haben Sie schon einmal etwas über 3D-Audio gehört? Von der Filmindustrie angeregt, soll dem Konsumenten unabhängig von einer einzigen optimalen Hörposition (Sweetspot) ein möglichst natürliches und räumliches Hören mittels naturgetreuer und räumlicher Abbildung der Schallquellen vermittelt werden. Sie kennen das 5.1-Verfahren im Bereich Heimkino, das nun um weitere Lautsprecher an definierten Stellen im Raum auf ein 9.1-Verfahren aufgestockt wird. Der Aufwand hält sich aufnahmetechnisch durch die Installation weniger zusätzlicher Mikrofone in Grenzen. Bei der 3D-Audio-Wiedergabe ist man sitztechnisch nicht mehr an den Sweetspot gebunden und kann sich inner- und außerhalb der vorhandenen Lautsprecheraufstellung ohne auf jeglichen Klanggenuss verzichten zu müssen bewegen. Was sich hier so einfach liest, ist marketingtechnisch noch nicht so ausgereift, dass es verbraucherfreundlich an den Mann oder die Frau gebracht werden kann.



*If I had a hammer, Hau den Lukas oder einfach nur hammerstark: Geiler Messegag - Verstärker Mjolnir JMA-15 von JOYO-Audio (China) in Form eines Hammers.*

Auch sind Roomtuner gefragt, also Maßnahmen, akustische



*Kisses are made for you: Soundabsorber mit dem Wife Acceptance Factor (DMG Gustke GmbH)*

Unzulänglichkeiten im Abhörraum oder Tonstudio mittels Schallschluckern oder Soundabsorbern zu minimieren. Das geht sicherlich mit Basotect oder anderen schwer entflammaren und witterungsbeständigen Harstschaumstoffen. Doch auch hier ist wiederum Optik gefragt und seien es nur hübsche Bilder, die auf den ersten Blick nicht als akustische Helferlein zu identifizieren sind. Dabei sind der Fantasie in den Designs keine Grenzen gesetzt.

Verlassen wir die Technik und widmen wir uns den Ausstellern bzw. Marken. Bemerkenswert ist beispielsweise die wachsende Konsolidierung von allseits bekannten Branchennamen und teilweise auch -größen: War im High End-Sektor die Konzentration der Marken Sonus Faber, McIntosh, Audi Research, Wadia und Sumiko unter dem Dach der Fine Sounds Group zu verzeichnen, so hat dieses Beispiel Schule gemacht. Gibson, ein im Jahr 1902 gegründetes Unternehmen mit Firmensitz in der US-amerikanischen Country-Metropole Nashville, das sich auf die Herstellung von Gitarren spe-

zialisiert hat, hat sich unter dem Dach von „Gibson Brands“ namhafte Audiogrößen wie beispielsweise TEAC/Eso-teric, Tascam (die Profisparte von TEAC), Onkyo, Philips, KRK, Cervin-Vega oder Wurlitzer einverleibt. Oder schaut man sich einfach nur mal an, wer sich alles unter dem Namen „Harman Professional“ tummelt. Unter diesem Firmendach findet man schon seit Jahren klangvolle und ruhmreiche Namen wie AKG, STUDER, dbx, JBL, Soundcraft u.v.m. Ich lasse mich überraschen, welche Hersteller in absehbarer Zukunft noch kooperieren oder fusionieren werden. Es dürfte in der Branche in Zukunft sicherlich noch spannend werden.

\* Quelle: Fachschlussberichte Messe Frankfurt, 22.04.2015

© Uwe Mehlhaff, Autor und V.i.S.d.P.  
Tonmeister (VDT) / Freier Journalist (DVPJ)  
Fotos: Bildarchiv Uwe Mehlhaff