

Kreativwirtschaft in den USA

Handout zur Zielmarktanalyse |
Geschäftsanbahnung mit Fokus auf die Konzert-
und Eventbranche



AHK

German American
Chambers of Commerce
Deutsch-Amerikanische
Handelskammern



SBS

system for business solutions

Impressum

Herausgeber

German American Chamber of Commerce, Inc. (AHK USA-New York)
120 Wall Street, 20th Floor
New York, NY 10005
United States
Telefon: +1 (212) 974-8830
E-Mail: consulting@gaccny.com
www.gaccny.com

Text und Redaktion

Deutsch-Amerikanische Handelskammern (AHK USA)

Stand

27.02.2026

Gestaltung und Produktion

Deutsch-Amerikanische Handelskammern (AHK USA)

Bildnachweis

Deutsch-Amerikanische Handelskammern (AHK USA)

Das Markterschließungsprogramm für kleine und mittlere Unternehmen ist ein Förderprogramm des:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie



MITTELSTAND
GLOBAL
MARKTERSCHLIESSUNGS-
PROGRAMM FÜR KMU

Das Markterschließungsprogramm wird im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie umgesetzt von:



GERMANY
TRADE & INVEST

Die Studie wurde im Rahmen des Markterschließungsprogramms Geschäftsanbahnung für KMU 2026 im Bereich Kreativwirtschaft mit Fokus auf die Konzert- und Eventbranche in New York und Las Vegas, 1. Tranche, Los Nr. 36 erstellt.

Das Werk, einschließlich aller seiner Teile, ist urheberrechtlich geschützt.

Die Zielmarktanalyse steht der Germany Trade & Invest GmbH sowie geeigneten Dritten zur unentgeltlichen Verwertung zur Verfügung.

Sämtliche Inhalte wurden mit größtmöglicher Sorgfalt und nach bestem Wissen erstellt. Der Herausgeber übernimmt keine Gewähr für die Aktualität, Richtigkeit, Vollständigkeit oder Qualität der bereitgestellten Informationen. Für Schäden materieller oder immaterieller Art, die durch die Nutzung oder Nichtnutzung der dargebotenen Informationen unmittelbar oder mittelbar verursacht werden, haftet der Herausgeber nicht, sofern ihm nicht nachweislich vorsätzliches oder grob fahrlässiges Verschulden zur Last gelegt werden kann.

Inhaltsverzeichnis

1 Abstract.....	5
2 Wirtschaftsdaten kompakt	6
2.1 Weitere Informationen zu Kreativwirtschaft in den USA.....	12
3 Branchenspezifische Informationen	13
3.1 Marktpotenziale und Chancen	13
3.2 Künftige Entwicklungen in den relevanten Segmenten und Nachfragesektoren	14
3.3 Aktuelle Vorhaben, Projekte und Ziele	15
3.4 Wettbewerbssituation	16
3.5 Stärken und Schwächen des Marktes für die Branche der Kreativwirtschaft.....	17
3.6 Besonderheiten der Szene in Nevada – Fokus Las Vegas	19
3.7 Besonderheiten der Szene in New York – Fokus New York City	20
4 Kontaktadressen	23
5 Quellen	28

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Bevölkerung und Ressourcen	6
Abbildung 2: Wirtschaftslage.....	7
Abbildung 3: Öffentliche Finanzen und Ausländische Direktinvestitionen.....	8
Abbildung 4: Dienstleistungshandel und Freihandelsabkommen	9
Abbildung 5: Beziehungen zur EU und Deutschland	10
Abbildung 6: Nachhaltigkeit & Klimaschutz.....	11
Abbildung 7: Geschäftsumfeld.....	12
Abbildung 8: Durchschnittliche Ausgaben pro Person für Sport und Musik Events im Regionalen Vergleich	13
Abbildung 9: Online-Ticketmarkt für Sport und Musik Events im Regionalen Vergleich.....	14
Abbildung 10: Umsatzentwicklung von Live Nation Entertainment als Marktindikator.....	16
Abbildung 11: Employment in Creative Economy Industry Segments	21

1 Abstract

Der US-amerikanische Markt für Live-Entertainment und Kreativwirtschaft ist der mit Abstand größte und kommerziell attraktivste Zielmarkt der Welt. Sein geschätztes Volumen liegt im Jahr 2025 bei 466 Milliarden USD und soll bis 2032 auf 652 Milliarden USD anwachsen.¹ Angetrieben von einer hohen Zahlungsbereitschaft der Konsumenten und einer ausgeprägten technologischen Innovationsfreude, bietet die extrem diversifizierte US-Event-Landschaft außergewöhnliche und vielfältige Chancen für hochspezialisierte deutsche Unternehmen der Kreativ- und Veranstaltungswirtschaft.

Diese Zielmarktanalyse (ZMA), erstellt von der AHK USA-New York in Kooperation mit der AHK USA-San Francisco, bereitet deutsche Mittelständler gezielt auf eine Markterschließungsreise in die beiden führenden, aber komplementären Entertainment-Hubs vor: New York City, das unangefochtene kulturelle und mediale Zentrum mit globaler Trendsetter-Funktion, und Las Vegas, die Welthauptstadt des Premium-Entertainments und Schauplatz technologischer Superlative.

Die Analyse identifiziert drei Megatrends, die den Markt in den kommenden Jahren prägen werden:

- 1. Der Aufstieg immersiver Erlebnisse**, der die Grenze zwischen Publikum und Performance auflöst und einen Markt von über 280 Milliarden USD schafft.²
- 2. Die KI-gestützte Personalisierung**, die von der Ticketpreisgestaltung bis zum individuellen Besuchererlebnis die gesamte Wertschöpfungskette revolutioniert.
- 3. Ein wachsendes Bewusstsein für Nachhaltigkeit**, das neue Geschäftsfelder für Green-Event-Technologien und -Konzepte eröffnet.

Für deutsche Unternehmen ergeben sich daraus konkrete Geschäftschancen, die weit über den reinen Verkauf von Produkten hinausgehen. Gefragt sind Systemlösungen und spezialisierte Dienstleistungen in den Bereichen hochauflösende Videotechnik, 3D-Audio, kinetische

Bühnenelemente, nachhaltige Event-Produktion und digitale Plattformen für Fan-Engagement. Die Marktanalyse zeigt, dass der US-Markt enorme Potenziale für deutsche Ingenieurskunst und Kreativität bietet, insbesondere wenn diese auf die Bedürfnisse des US-Marktes zugeschnitten wird. Dies zeigt sich u.a. an Großprojekten wie der 2,3 Milliarden USD teuren MSG Sphere in Las Vegas, bei der ein innovatives Audiosystem eines spezialisierten deutschen Anbieters zum Einsatz kommt.³

Die ZMA liefert die notwendigen Markteinblicke und analysiert die komplexe Wettbewerbslandschaft, die von etablierten Schlüsselakteuren wie Live Nation und AEG Presents dominiert wird. Darüber hinaus zeigt sie konkrete Anknüpfungspunkte für den Markteintritt auf. Damit bietet die ZMA strategische Orientierung für deutsche KMU, um die einzigartigen Potenziale des US-Marktes zu erschließen und sich erfolgreich als Premiumanbieter zu positionieren.

¹ Vgl. Coherent Market Insights (2025): [U.S. Live Events Market Report](#), [Zugriff: 23. Januar 2026].

² Vgl. Sphere Entertainment Co. (2023): [Sphere Entertainment unveils the most advanced concert-grade audio system in the world – Sphere Immersive Sound, Powered by HOLOPLOT](#), [Zugriff: 26. Februar 2026].

³ Vgl. Grand View Research / Event Marketer (2025): [Inside the Meteoric Rise of Immersive Entertainment Experiences](#), [Zugriff: 26. Februar 2026].

2 Wirtschaftsdaten kompakt⁴

Die kursiv geschriebenen Werte in den folgenden Abbildungen sind vorläufige Angaben, Schätzungen oder Prognosen. Die im Dokument verwendeten Abbildungen basieren auf anerkannten Markt- und Branchenquellen, deren vollständige Nennung im Quellenverzeichnis erfolgt. Eine direkte Zuordnung einzelner Quellen zu den jeweiligen Abbildungen ist im Dokument jedoch nicht vorgenommen.



WIRTSCHAFTSDATEN KOMPAKT • DEZEMBER 2025

USA

Alle wichtigen Kennzahlen zur Wirtschaft in rund 150 Ländern –
übersichtlich, vergleichbar und von Germany Trade & Invest geprüft.

GTAI GERMANY
TRADE & INVEST

Bevölkerung & Ressourcen

Bevölkerung und Demografie

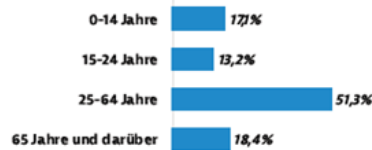
Einwohnerzahl 2025 | 347,3 Mio.
2030 | 355,6 Mio.

Fertilitätsrate 2023 | 1,6
Durchschnittliche Anzahl der
Geburten pro Frau

Bevölkerungswachstum



Altersstruktur 2025



Analphabetenquote

Anteil an der Bevölkerung ab 15 Jahren in %

Daten für diese Kennzahl nicht
verfügbar oder nicht anwendbar.

Fläche und Sprache

Fläche 2024 | 9.833.517 km²

Geschäftssprache(n) Englisch

Rohstoffe und Ressourcen

Rohstoffe

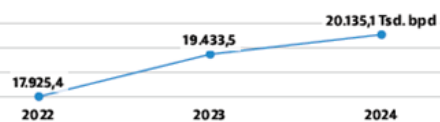
Fossil und mineralisch

Kohle | Kupfer | Blei | Molybdän | Phosphate |
seltene Erden | Uran | Bauxit | Gold | Eisen |
Quecksilber | Nickel | Pottasche | Silber |
Wolfram | Zink | Erdöl | Erdgas

Gas - Fördermenge



Erdöl - Fördermenge



Gas - Reserven 2023 | 17.420,0 Milliarden cbm

Erdöl - Reserven 2023 | 8.561,0 Megatonnen

Abbildung 1: Bevölkerung und Ressourcen

⁴ Vgl. Germany Trade & Invest (2025): [Wirtschaftsdaten kompakt - USA](#), [Zugriff: 20. Februar 2026].

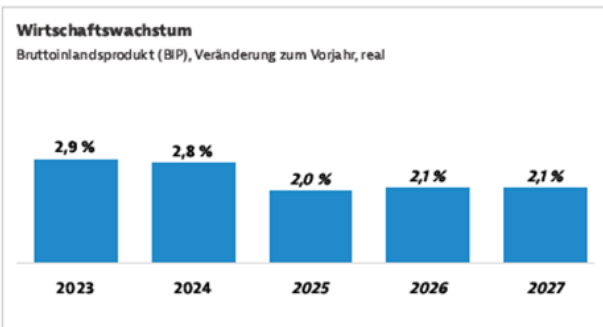
Wirtschaftslage

Währung und Wechselkurse

Währung - Bezeichnung	US-Dollar (US\$) 1 US\$ = 100 Cents
Währung - Kurs 09/2025	1 € = 1,17 US\$

Wechselkurse im Jahresdurchschnitt			
	2022	2023	2024
1 € =	1,05 US\$	1,08 US\$	1,08 US\$

Wirtschaftliche Leistung

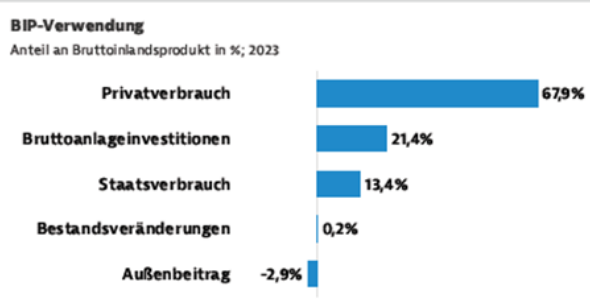
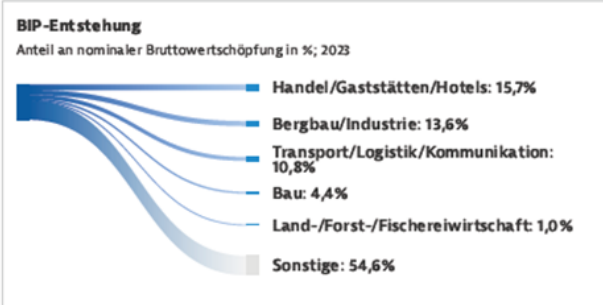


BIP Nominal			
	2024	2025	2026
US\$ (Mrd.)	29.298,0	30.615,7	31.821,3

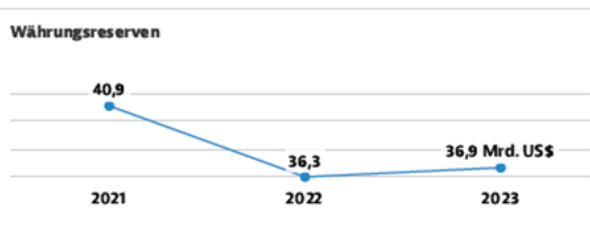
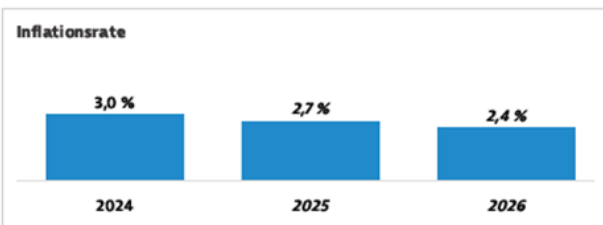
BIP/Kopf Nominal			
	2024	2025	2026
US\$	86.145	89.599	92.883

BIP/Kopf in Kaufkraftstandards Nominal	
Daten für diese Kennzahl nicht verfügbar oder nicht anwendbar.	

Ausgaben für F&E % des BIP	2020 3,4 %
	2021 3,5 %
	2022 3,6 %



Makroökonomische Stabilität



Leistungsbilanzsaldo % des BIP	2024 -4,0 %
	2025 -4,0 %
	2026 -3,6 %

Arbeitslosenquote	2024 4,0 %
	2025 4,2 %
	2026 4,1 %

Abbildung 2: Wirtschaftslage

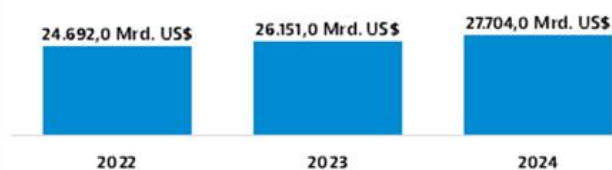
Investitionsquote	2024	21,5 %
% des BIP, brutto, öffentlich und privat	2025	21,4 %
	2026	21,2 %

Öffentliche Finanzen & Verschuldung

Haushaltssaldo	2024	-8,0 %
% des BIP	2025	-7,4 %
	2026	-7,9 %

Staatsverschuldungsquote	2024	122,3 %
% des BIP, brutto	2025	125,1 %
	2026	128,7 %

Auslandsverschuldung



Ausländische Direktinvestitionen

FDI - Nettotransaktionen	2022	316.895 Mio. US\$
	2023	233.106 Mio. US\$
	2024	278.848 Mio. US\$

FDI - Bestand	2022	10.461.198 Mio. US\$
	2023	12.786.674 Mio. US\$
	2024	15.567.058 Mio. US\$

FDI - Hauptländer	Japan: 13,2% Vereinigtes Königreich: 13,0% Kanada: 12,8% Niederlande: 12,7% Deutschland: 8,9% Schweiz: 6,3% Irland: 5,0% Frankreich: 4,5% Luxemburg: 4,3% Schweden: 2,1% Australien: 1,8% Südkorea: 1,6%
Anteil in %, Bestand; 2024	

FDI - Hauptbranchen	Verarbeitendes Gewerbe: 42,3% Finanzen und Versicherungen (ohne Banken): 10,5% Großhandel: 9,1% Holdinggesellschaften: 6,1% Informationssektor: 4,8% Professionelle, wissenschaftliche und technische Dienstleistungen: 4,5% Banken: 4,1% Einzelhandel: 3,7% Transport und Lagerung: 3,6% Immobilienwirtschaft, Leasing: 3,3% Strom-, Gas-, Wasserversorgung: 3,0% Bergbau (einschl. Öl und Gas): 1,7%
Anteil in %, Bestand; 2024	

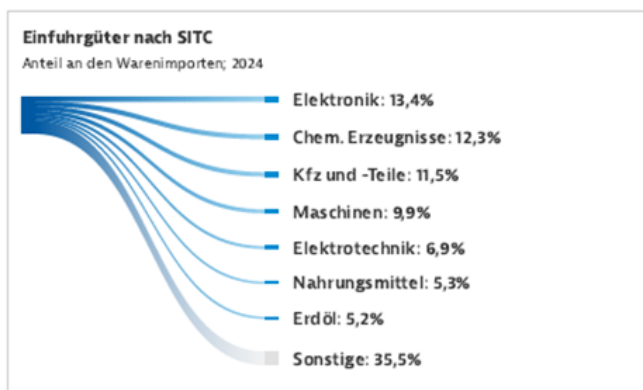
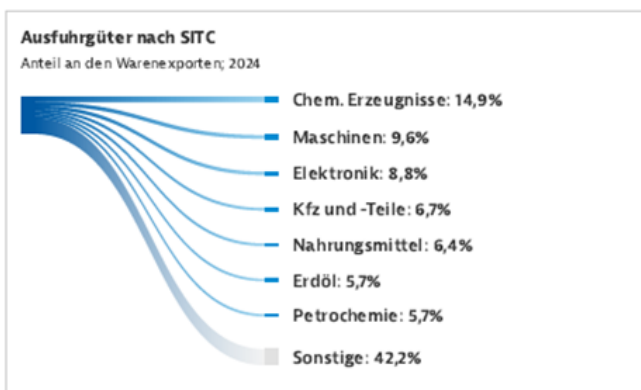
Außenwirtschaft

Warenhandel

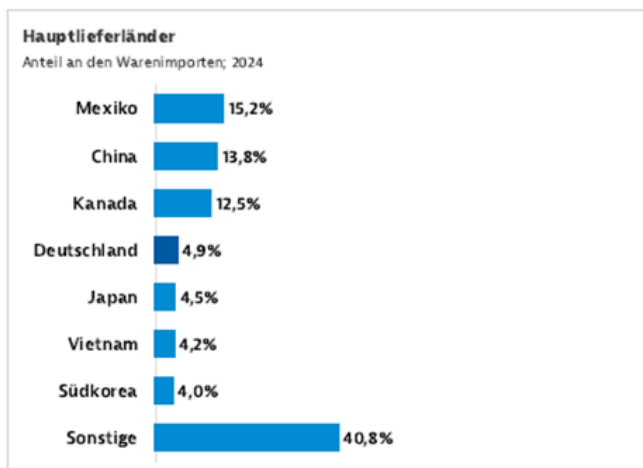
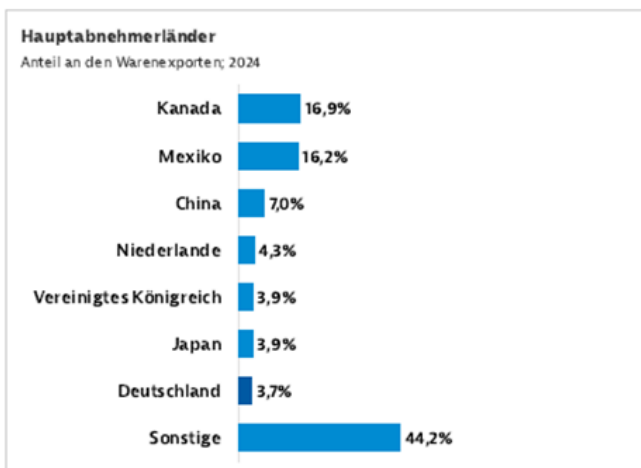
Warenhandel						
Veränderung zum Vorjahr in %, Abweichungen durch Rundungen						
	2022	%	2023	%	2024	%
Exporte (Mrd. US\$)	2.062,1	17,6	2.018,5	-2,1	2.063,8	2,2
Importe (Mrd. US\$)	3.372,9	15,0	3.168,5	-6,1	3.356,8	5,9
Saldo (Mrd. US\$)	-1.310,8		-1.149,9		-1.293,0	

Exportquote	2022	7,9 %
Exporte/BIP in %	2023	7,3 %
	2024	7,0 %

Abbildung 3: Öffentliche Finanzen und Ausländische Direktinvestitionen



Handelspartner



Dienstleistungshandel

Dienstleistungshandel (mit dem Ausland)
Veränderung zum Vorjahr in %, Abweichungen durch Rundungen

	2022	%	2023	%	2024	%
DL-Exporte (Mrd. US\$)	962,9	17,7	1.045,1	8,5	1.152,7	10,3
DL-Importe (Mrd. US\$)	712,0	24,4	761,8	7,0	840,9	10,4
Saldo (Mrd. US\$)	250,8		283,3		311,9	

Freihandelsabkommen

Freihandelsabkommen mit Ländergruppen (ohne EU)	USMCA (NAFTA-Nachfolgeabkommen); CAFTA-DR Zu bilateralen Abkommen siehe www.wto.org -> Trade Topics, Regional Trade Agreements, RTA Database, By country/territory
--	---

Mitgliedschaft in Zollunion	Nein
------------------------------------	------

Abbildung 4: Dienstleistungshandel und Freihandelsabkommen

Beziehungen zur EU & Deutschland

Waren- und Dienstleistungshandel mit der EU

Warenhandel der EU-27 mit dem Land

Veränderung zum Vorjahr in %, Abweichungen durch Rundungen

	2023	%	2024	%	H1/25	%
Exporte (Mrd. Euro)	503,8	-0,9	535,3	6,3	307,6	16,9
Importe (Mrd. Euro)	347,2	-3,3	337,9	-2,7	178,9	4,8
Saldo (Mrd. Euro)	156,6		197,4		128,7	

Freihandelsabkommen
mit der EU

Kein Abkommen

Dienstleistungshandel der EU-27 mit dem Land

Veränderung zum Vorjahr in %, Abweichungen durch Rundungen

	2022	%	2023	%	2024	%
DL-Exporte (Mrd. Euro)	313,3	24,0	318,7	1,7	334,5	5,0
DL-Importe (Mrd. Euro)	418,8	23,0	427,3	2,0	482,5	12,9
Saldo (Mrd. Euro)	-105,5		-108,6		-148,0	

Einseitige EU-
Zollpräferenzen

Keine einseitigen Präferenzregelungen

Warenhandel mit Deutschland

Warenhandel Deutschlands mit dem Land

Veränderung zum Vorjahr in %, Abweichungen durch Rundungen

	2023	%	2024	%	H1/25	%
Dt. Exporte (Mrd. Euro)	157,9	1,1	161,4	2,2	77,8	-3,7
Dt. Importe (Mrd. Euro)	94,6	1,4	91,8	-3,0	47,5	2,2
Saldo (Mrd. Euro)	63,3		69,6		30,3	

Rangstelle bei deutschen Exporten

2024; 1 = beste Bewertung

Rang 1 von 238

Rangstelle bei deutschen Importen

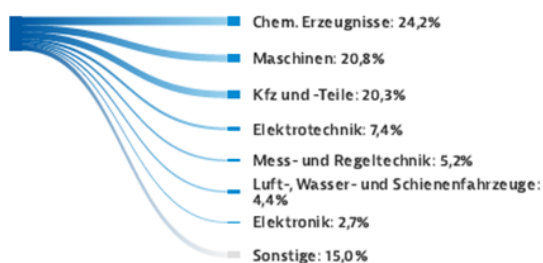
2024; 1 = beste Bewertung

Rang 3 von 238

Deutsche Aus- und Einfuhrgüter

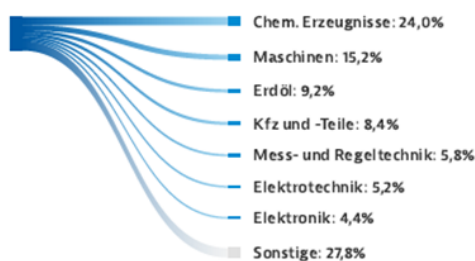
Deutsche Exportgüter nach SITC

Anteil an den Gesamtexporten; 2024



Deutsche Importgüter nach SITC

Anteil an den Gesamtimporten; 2024



Bilateraler Dienstleistungshandel

Dienstleistungshandel Deutschlands mit dem Land

Veränderung zum Vorjahr in %, Abweichungen durch Rundungen

	2022	%	2023	%	2024	%
DL-Exporte (Mrd. Euro)	73,8	18,0	69,0	-6,5	68,3	-0,9
DL-Importe (Mrd. Euro)	54,9	25,9	60,5	10,2	65,0	7,6
Saldo (Mrd. Euro)	18,9		8,5		3,3	

Bilaterale Direktinvestitionen

Deutsche Direktinvestitionen (Bestand)	2021	425.126 Mio. Euro
	2022	435.135 Mio. Euro
	2023	436.259 Mio. Euro

Direktinvestitionen des Landes in Deutschland (Bestand)	2021	61.591 Mio. Euro
	2022	74.982 Mio. Euro
	2023	89.912 Mio. Euro

Abbildung 5: Beziehungen zur EU und Deutschland

Deutsche Direktinvestitionen (Nettotransaktionen)	2022	+12.589 Mio. Euro	Direktinvestitionen des Landes in Deutschland (Nettotransaktionen)	2022	+22.788 Mio. Euro
	2023	-23.327 Mio. Euro		2023	+1.500 Mio. Euro
	2024	+19.978 Mio. Euro		2024	+13.378 Mio. Euro

Bilaterale Kooperation

Doppelbesteuerungsabkommen	Abkommen vom 29.08.1989, in Kraft seit 21.08.1991; Änderungsprotokoll vom 01.06.2006, in Kraft seit 28.12.2007	Investitionsschutzabkommen	Kein Abkommen
Bilaterale öffentliche Entwicklungszusammenarbeit Daten für diese Kennzahl nicht verfügbar oder nicht anwendbar.			

Anlaufstellen

Deutsche Auslandsvertretung	Washington, D.C., https://www.germany.info/us-de	Auslandsvertretung des Landes in Deutschland	Berlin, https://de.us.embassy.gov
Auslandshandelskammer	New York mit Niederlassung in Philadelphia (www.gaccny.com); Atlanta mit Niederlassung in Houston (www.gaccsouth.com); Chicago mit Niederlassung in Detroit (www.gaccmidwest.org); San Francisco (www.gaccwest.com); Washington, DC (www.washington.us.ahk.de); Gemeinsame Internetseite: https://ahk-usa.net		

Nachhaltigkeit & Klimaschutz

Emissionen

Treibhausgasemissionen pro Kopf In Tonnen CO ₂ -Äquivalent	2012	17,8 tCO ₂ e	Treibhausgasemissionen Anteil weltweit in %	2012	12,1 %
	2022	16,8 tCO ₂ e		2022	11,2 %
Emissionsintensität pro Mio. US\$ BIP In Tonnen CO ₂ -Äquivalent	2012	328,4 tCO ₂ e	Emissionsstärkste Sektoren Anteil in %; 2022	Elektrizität/Wärme: 32,1% Transport: 30,1% Gebäude: 9,6%	
	2022	261,4 tCO ₂ e			

Energie und Nachhaltigkeit

Erneuerbare Energien Anteil am Primärenergieangebot in %	2013 6,7 %	Stromverbrauch In Kilowattstunden pro Kopf	2024 12.765 kWh pro Kopf
	2023 8,4 %		
Sustainable Development Goals Index 2025; 1 = beste Bewertung	Rang 44 von 167		

Abbildung 6: Nachhaltigkeit & Klimaschutz

Geschäftsumfeld

Einschätzung des Geschäftsumfelds

Länderkategorie für Exportkreditgarantien 0 = niedrigste Risikokategorie, 7 = höchste Keine Risikoeinstufung	Corruption Perceptions Index 2024; 1 = beste Bewertung Rang 28 von 180
Logistics-Performance-Index 2023; 1 = beste Bewertung Rang 17 von 139	Internetqualität 2024; 1 = beste Bewertung Rang 4 von 121

Abbildung 7: Geschäftsumfeld

2.1 Weitere Informationen zu Kreativwirtschaft in den USA

GTAI-Informationen zu den USA	Link
Prognosen zu Investitionen, Konsum und Außenhandel	Wirtschaftsausblick von GTAI
Länderspezifische Basisinformationen zu relevanten Rechtsthemen in den USA	Recht kompakt
Kompakter Überblick rund um die Wareneinfuhr in den USA	Zoll und Einfuhr kompakt

3 Branchen-spezifische Informationen

3.1 Marktpotenziale und Chancen

Der US-Markt gilt als größter und derzeit besonders dynamischer Zielmarkt für Live-Entertainment und ist damit für deutsche Anbieter aus der Konzert- und Eventbranche attraktiv. Sichtbar wird dies etwa an der anhaltend hohen Ticketnachfrage und steigenden Konzertumsätzen großer Marktakteure (z. B. Live Nation: Konzertumsatz 2025: 20,9 Milliarden USD, +10%).¹²

Die deutsche Kultur- und Kreativwirtschaft hat sich nach der COVID-19-Pandemie nicht nur vollständig erholt, sondern verzeichnet ein anhaltendes Wachstum auf Rekordniveau. Im Jahr 2023 erwirtschaftete die Branche einen Gesamtumsatz von 204,6 Milliarden EUR und trägt damit rund 2,2% zur deutschen Wirtschaftsleistung bei.¹³ Mit etwa 1,8 Millionen Erwerbstätigen zählt sie zu den bedeutendsten Wirtschaftszweigen Deutschlands.¹⁴ Innerhalb der Branche entwickelt sich insbesondere die Musikwirtschaft dynamisch, die 2023 einen Umsatz von 17,4 Milliarden EUR erzielte.¹⁵

Der Bereich Live-Entertainment stellt dabei mit einem Umsatz von 5,6 Milliarden EUR das stärkste Segment dar.¹⁶ Nach pandemiebedingten Einbrüchen verzeichnete die deutsche Live-Musikbranche 2024 ein Wachstum von rund 20%.¹⁷ Diese Entwicklung unterstreicht die hohe Nachfrage nach Live-Erlebnissen sowie die steigende Zahlungsbereitschaft für qualitativ hochwertige

Veranstaltungen und bildet eine solide Grundlage für die internationale Expansion deutscher Anbieter.

Im internationalen Vergleich stellen die USA den mit Abstand wichtigsten Zielmarkt dar. Der US-amerikanische Live-Eventmarkt wird für 2025 auf rund 466 Milliarden USD geschätzt und soll bis 2032 auf etwa 652 Milliarden USD anwachsen.¹⁸ Rund ein Drittel dieses Volumens entfällt auf Entertainment-Formate wie Konzerte, Festivals und Shows. Parallel dazu ist der US-Musikmarkt mit 17,7 Milliarden USD der größte weltweit, während der Live-Entertainment-Sektor 2024 Umsätze von rund 56 Milliarden USD generierte.^{19, 20}

Zusätzlich verdeutlichen aktuelle Marktdaten die außergewöhnlich hohe Zahlungsbereitschaft amerikanischer Konsumenten: Die Pro-Kopf-Ausgaben für Live-Events liegen deutlich über denen anderer Weltregionen, insbesondere in den Segmenten Musik- und Sportveranstaltungen (vgl. Abbildung 8)²¹.

The U.S. dominates the Sports Events, Music Events in spending per user

Average revenue per user: regional comparison (1/2)

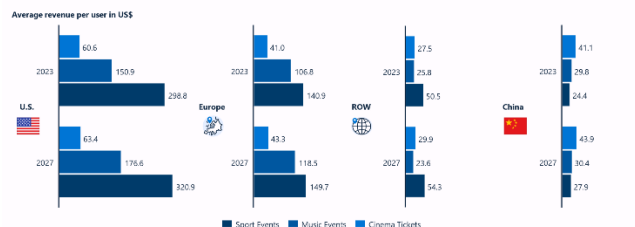


Abbildung 8: Durchschnittliche Ausgaben pro Person für Sport und Musik Events im Regionalen Vergleich

Gleichzeitig sind die USA der weltweit größte Markt für online gebuchte Eventtickets mit einem Volumen von rund 26,6 Milliarden USD im Jahr 2023 und weiter steigender Tendenz (vgl. Abbildung 9)²².

¹² Vgl. Reuters (2026): [Live Nation beats quarterly revenue estimates on strong concert demand](#) [Zugriff: 20. Februar 2026].

¹³ Vgl. Bundesverband der Konzert- und Veranstaltungswirtschaft e.V. (2025): [Monitoringbericht Kultur- und Kreativwirtschaft 2024](#) [Zugriff: 23. Januar 2026].

¹⁴ Vgl. Hamburg Kreativ Gesellschaft mbH (2025): [Kreativwirtschaft setzt Impulse für Demokratie und Innovation](#) [Zugriff: 23. Januar 2026].

¹⁵ Vgl. Oxford Economics (2024): [Musikwirtschaft in Deutschland 2024](#) [Zugriff: 23. Januar 2026].

¹⁶ Vgl. Bundesverband der Konzert- und Veranstaltungswirtschaft e.V. (2024): [Endbericht der Studie Musikwirtschaft in Deutschland 2024](#) [Zugriff: 23. Januar 2026].

¹⁷ Vgl. IQ Magazine (2024): [German live industry swells by 20% to hit €5.6bn](#) [Zugriff: 23. Januar 2026].

¹⁸ Vgl. Coherent Market Insights (2025): [U.S. Live Events Market Report](#) [Zugriff: 23. Januar 2026].

¹⁹ Vgl. Recording Industry Association of America (2024): [Mid-Year 2024 Revenue Report](#) [Zugriff: 23. Januar 2026].

²⁰ Vgl. IBISWorld (2024): [Concert & Event Promotion in the US - Market Research Report](#) [Zugriff: 23. Januar 2026].

²¹ Vgl. Statista (2025): [Event Tickets: market data & analysis](#) [Zugriff: 23. Januar 2026].

²² Vgl. Statista (2025): [Event Tickets: market data & analysis](#) [Zugriff: 23. Januar 2026].

Diese Kombination aus Marktgröße, Zahlungsbereitschaft und digitaler Marktdurchdringung schafft ein besonders attraktives Umfeld für internationale Anbieter.

The U.S. is the biggest market for online booked Event Tickets forecasted at US\$26.6 billion in 2023

Market size regional comparison (USD)

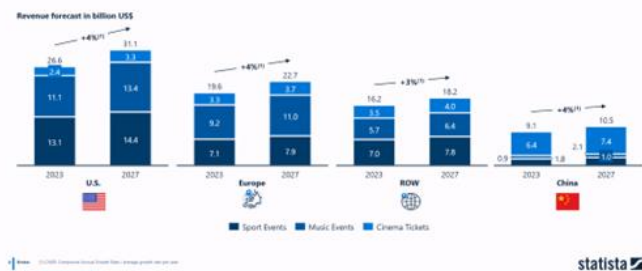


Abbildung 9: Online-Ticketmarkt für Sport und Musik Events im Regionalen Vergleich

Für deutsche Unternehmen ergeben sich daraus vielfältige Marktpotenziale entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Besonders attraktiv sind dabei folgende Bereiche:

- **Eventtechnologie und Digitalisierung:** Hohe Nachfrage nach innovativen Lösungen in den Bereichen Audio-, Licht- und LED-Technologie, immersive Technologien (AR/VR) sowie datenbasierte Event- und Ticketing-Systeme.
- **Premium- und Erlebnisformate:** Wachsende Bedeutung von hochqualitativen, technologisch anspruchsvollen Eventkonzepten mit hoher Zahlungsbereitschaft auf Kundenseite.
- **Nachhaltige Eventlösungen:** Zunehmender Fokus auf energieeffiziente Infrastruktur, nachhaltige Materialien und klimafreundliche Veranstaltungskonzepte.
- **Spezialisierte Dienstleistungen:** Bedarf an Planung, Logistik, Datenanalyse und individualisierten Besuchererlebnissen.

Die Marktstruktur der USA ist dabei durch eine hohe Innovationsdynamik und starke Skalierungseffekte geprägt. Insbesondere die enge Verzahnung von Live-Events, digitaler Vermarktung und Plattformökonomie ermöglicht neue Geschäftsmodelle und zusätzliche Erlösquellen.

Innerhalb der USA nehmen New York City und Las Vegas eine besondere Rolle ein und fungieren als zentrale Einstiegspunkte für internationale Marktakteure.

New York zeichnet sich durch eine hohe Dichte an kreativen Akteuren, eine starke internationale Vernetzung und eine ausgeprägte Vielfalt an Veranstaltungsformaten aus. Die Stadt gilt als globaler Trendsetter für kulturelle Innovation und bietet insbesondere Chancen für kreative Dienstleistungen und digitale Eventlösungen.

Las Vegas hingegen hat sich als weltweit führender Standort für technologisch hochentwickeltes Premium-Entertainment etabliert. Großprojekte wie die „Sphere“ verdeutlichen die Offenheit des Marktes für innovative Technologien und immersive Eventformate. Die hohe Konzentration an Großveranstaltungen, die starke Tourismusorientierung sowie die ausgeprägte Zahlungsbereitschaft der Besucher machen Las Vegas zu einem zentralen Testmarkt für neue Eventtechnologien und Geschäftsmodelle.

Insgesamt bietet der US-Markt aufgrund seiner Größe, Innovationskraft und Zahlungsbereitschaft außergewöhnliche Marktchancen für deutsche Unternehmen der Konzert- und Eventbranche. Insbesondere Anbieter mit technologischer Expertise, hoher Qualitätsorientierung und Spezialisierung auf nachhaltige oder digitale Lösungen können sich in diesem dynamischen Umfeld erfolgreich positionieren und langfristige Wettbewerbsvorteile erzielen.

3.2 Künftige Entwicklungen in den relevanten Segmenten und Nachfragesektoren

Die US-Kreativwirtschaft, insbesondere der Sektor für Live-Entertainment, befindet sich in einer Phase tiefgreifender Transformation. Diese wird von technologischen Innovationen und einem veränderten Konsumentenverhalten geprägt. Für deutsche Unternehmen ergeben sich daraus zukunftsweisende Geschäftschancen.

Drei Megatrends dominieren die Entwicklung:

1. **Immersive Erlebnisse als neuer Standard:** Die Nachfrage verschiebt sich von traditionellen Konzerterlebnissen hin zu vollständig immersiven Events, die alle Sinne ansprechen. Die MSG Sphere in Las Vegas, ein 2,3 Milliarden USD teures Bauwerk, gilt hier als globaler Wegweiser. Mit dem weltweit größten LED-Screen und einem von einem

spezialisierten deutschen Anbieter entwickelten, fortschrittlichen Audiosystem setzt die Sphere neue Maßstäbe im Live-Entertainment.²³ Dieser Trend treibt die Nachfrage nach Technologien wie Augmented und Virtual Reality (AR/VR), interaktiven LED-Installationen, 3D-Audio und haptischem Feedback. Der US-Markt für immersive Erlebnisse wird bis 2033 auf 281 Milliarden USD prognostiziert, was enorme Potenziale für deutsche Spezialisten in den Bereichen AV-Technik, Softwareentwicklung und Content-Erstellung eröffnet.²⁴

2. **KI-gestützte Personalisierung und Effizienz:** Künstliche Intelligenz (KI) wird zum entscheidenden Werkzeug für die Personalisierung von Events und die Optimierung von Betriebsabläufen. KI-Algorithmen analysieren Besucherdaten und ermöglichen personalisierte Empfehlungen für Tickets, Merchandise und Show-Inhalte. Im Back-End optimiert KI Prozesse wie Personalplanung, Crowd-Management und Sicherheitsüberwachung. Für deutsche Technologieanbieter entstehen hier Chancen in den Bereichen Datenanalyse, maschinelles Lernen und Software-as-a-Service (SaaS)-Lösungen für das Eventmanagement.
3. **Nachhaltigkeit als Differenzierungsmerkmal:** Das Bewusstsein für ökologische Nachhaltigkeit wächst auch in der US-Eventbranche. Veranstalter und Venues stehen unter Druck, ihren CO₂-Fußabdruck zu reduzieren. Dies schafft einen Markt für umweltfreundliche Technologien und Dienstleistungen. Dazu zählen u.a. energieeffiziente LED-Beleuchtung, modulare und wiederverwendbare Bühnenkonstruktionen sowie digitale Ticketing-Systeme zur Abfallreduzierung. Zunehmend gefragt sind auch Lösungen für ein intelligentes Energiemanagement von

Veranstaltungsorten. Deutsche Unternehmen, die für ihre Ingenieurskunst und Effizienz bekannt sind, können hier mit zertifizierten „Green Tech“-Lösungen punkten.

3.3 Aktuelle Vorhaben, Projekte und Ziele

Der US-Markt für Live-Entertainment ist von einer Welle neuer Großprojekte und der Modernisierung bestehender Infrastruktur geprägt, die erhebliche Geschäftschancen für deutsche Unternehmen bieten.

In **Las Vegas** treibt die Positionierung als „Entertainment Capital of the World“ massive Investitionen an. Das Leuchtturmprojekt ist die MSG Sphere, die allein im Jahr 2024 einen Umsatz von über 420 Millionen USD generierte und damit einen neuen Rekord für einen einzelnen Veranstaltungsort aufstellte.²⁵ Der Erfolg der Sphere validiert das Geschäftsmodell für hochtechnologische, immersive Venues und dürfte Folgeinvestitionen in ähnliche Projekte nach sich ziehen. Zudem wird die Messe- und Kongressinfrastruktur kontinuierlich ausgebaut, was eine stetige Nachfrage nach moderner Veranstaltungs- und Präsentationstechnik sichert. Die NAB Show, eine der weltweit wichtigsten Messen für die Content- und Medienbranche, findet jährlich in Las Vegas statt (nächster Termin: April 2026) und dient als wichtiger Indikator für Technologietrends.

In **New York City** boomt die Live-Szene nach der Pandemie stärker als je zuvor. Die Broadway-Saison 2024/2025 brach mit einem Einspielergebnis von 1,89 Milliarden USD alle bisherigen Rekorde und übertraf sogar das Vor-Pandemie-Niveau.²⁶ Dies unterstreicht die enorme wirtschaftliche Kraft des Theaterviertels und die anhaltende Nachfrage nach Live-Aufführungen. Große Arenen wie der Madison Square Garden (MSG Entertainment Umsatz 2024: 959 Millionen USD) und das Barclays Center investieren kontinuierlich in die Modernisierung ihrer technischen Ausstattung, um im Wettbewerb zu bestehen.²⁷ Darüber hinaus beleben

²³ Vgl. Sphere Entertainment Co. (2023): [Sphere Entertainment unveils the most advanced concert-grade audio system in the world - Sphere Immersive Sound, Powered by HOLOPLOT](#) [Zugriff: 26. Februar 2026].

²⁴ Vgl. Grand View Research / Event Marketer (2025): [Inside the Meteoric Rise of Immersive Entertainment Experiences](#) [Zugriff: 26. Februar 2026].

²⁵ Vgl. Sports Business Journal (2024): [Sphere sets venue record with \\$420.5M in 2024 concert gross](#) [Zugriff: 23. Februar 2026].

²⁶ Vgl. The Broadway League (2025): [Broadway's 2024-2025 Season Wraps with 14.7 Million Attendances and Grosses of \\$1.89 Billion](#) [Zugriff: 23. Februar 2026].

²⁷ Vgl. Madison Square Garden Entertainment Corp. (2024): [Fiscal 2024 Fourth Quarter and Full Year Results](#) [Zugriff: 23. Februar 2026].

zahlreiche Musikfestivals wie das SummerStage im Central Park und das Global Citizen Festival die städtische Eventlandschaft und schaffen Bedarf an mobiler Bühnen-, Licht- und Tontechnik.

Ein zentrales Ziel beider Städte ist die Schaffung einzigartiger, unvergesslicher Erlebnisse, um im globalen Wettbewerb um Touristen und Talente zu bestehen. Dies führt zu einer hohen Bereitschaft, in innovative Technologien und hochwertige Produktionen zu investieren – ein ideales Umfeld für deutsche Anbieter, die für Qualität und technologische Führerschaft stehen.

3.4 Wettbewerbssituation

Die US-amerikanische Konzert- und Eventbranche ist durch eine stark konzentrierte Marktstruktur gekennzeichnet, in der wenige Großunternehmen zentrale Teile der Wertschöpfungskette kontrollieren. Gleichzeitig existiert eine vielfältige Landschaft kleiner und mittelgroßer Akteure, die insbesondere in Nischenmärkten eine wichtige Rolle spielen. Für internationale Anbieter ergibt sich daraus ein komplexes Wettbewerbsumfeld mit hohen Eintrittsbarrieren, aber zugleich attraktiven Kooperationsmöglichkeiten.

Im Zentrum des Marktes steht Live Nation Entertainment als global führender Anbieter im Live-Entertainment-Sektor. Das Unternehmen erwirtschaftete im Jahr 2024 einen Gesamtumsatz von rund 23,16 Milliarden USD, davon etwa 19 Milliarden USD im Konzertbereich, und organisierte weltweit rund 50.000 Veranstaltungen.²⁸ Charakteristisch ist die weitgehende vertikale Integration des Geschäftsmodells: Live Nation vereint Booking, Künstler-Management, Venue-Betrieb sowie Ticketing (über Ticketmaster) unter einem Dach und kontrolliert damit wesentliche Teile der Marktinfrastuktur. Bei einer repräsentativen Umfrage von Statista gaben 62% der Befragten an, ihre Eventtickets über Ticketmaster, als Teil der Live Nation Entertainment, Inc., zu buchen. Mit nur halb so vielen Anteilen (31%) folgte der Wettbewerber StubHub.²⁹

Die kontinuierlich steigenden Umsätze (vgl. Abbildung 10)³⁰ verdeutlichen die zunehmende Marktkonzentration und Skalierung des Sektors.

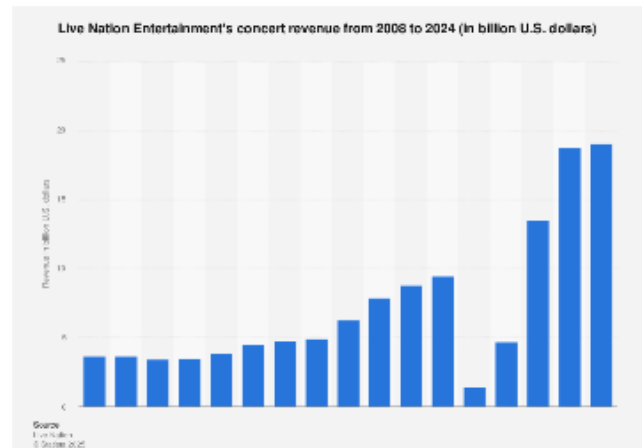


Abbildung 10: Umsatzentwicklung von Live Nation Entertainment als Marktindikator

Ein weiterer zentraler Akteur ist AEG Presents, Teil der Anschutz Entertainment Group. Das Unternehmen betreibt zahlreiche Veranstaltungsorte und international bekannte Festivals wie Coachella oder Stagecoach und verfügt mit AXS über eine eigene Ticketingplattform. Durch strategische Investitionen und Übernahmen baut AEG seine Position im Bereich Eventproduktion und Venue-Management kontinuierlich aus.

Diese großen Marktteilnehmer verfügen über exklusive Künstlerverträge, Zugang zu Premium-Locations, etablierte Sponsorenstrukturen und erhebliche finanzielle Ressourcen. Sie setzen damit branchenweite Standards in Bezug auf Reichweite, Produktionsqualität und Vermarktung und treiben die Professionalisierung sowie Internationalisierung des Marktes maßgeblich voran. Für neue Marktteilnehmer ist ein direkter Wettbewerb mit diesen Akteuren daher in der Regel nur begrenzt realistisch. Erfolgversprechender für den Markteinstieg sind zunächst klar fokussierte Nischenstrategien sowie Partnerschaften entlang der Wertschöpfungskette (z. B. Technologie, Produktion, Venue-Services oder Spezialformate) aus denen die deutschen Unternehmen wachsen können.

²⁸ Vgl. Digital Music News (2025): [Live Nation Reports Record-Setting Revenues of \\$23.16 Billion in 2024 — Rapino Says '2025 Is Shaping Up To Be Even Bigger'](#) [Zugriff: 23. Februar 2026].

²⁹ Vgl. Statista (2025): [Event ticket online bookings by brand in the U.S. as of September 2025](#) [Zugriff: 23. Februar 2026].

³⁰ Vgl. Statista (2025): [Live Nation Entertainment's concert revenue from 2008 to 2024](#) [Zugriff: 28. Januar 2026].

Parallel dazu existiert eine dynamische und heterogene Landschaft kleiner und mittelständischer Veranstalter sowie spezialisierter Dienstleister. Diese Akteure besetzen insbesondere kreative Nischen – etwa in den Bereichen Indie, elektronische Musik, Jazz oder communitybasierte Eventformate – und tragen wesentlich zur kulturellen Vielfalt des Marktes bei. Aufgrund begrenzter Ressourcen und geringerer Skaleneffekte stehen sie jedoch häufig unter starkem Wettbewerbsdruck.

Neben den klassischen Veranstaltern gewinnen digitale Plattformen und Technologien zunehmend an Bedeutung. Soziale Medien, Streaming-Plattformen sowie digitale Ticketing- und Marketinglösungen sind heute integrale Bestandteile der Wertschöpfungskette. Sie ermöglichen eine direkte Ansprache von Zielgruppen, verstärken die Reichweite von Events und schaffen neue Monetarisierungsmöglichkeiten. Gleichzeitig erhöhen sie die Transparenz und Wettbewerbsintensität im Markt.

Rolle von Systemintegratoren

Systemintegratoren übernehmen eine zentrale, oft unterschätzte Funktion innerhalb der Branche. Diese Akteure verbinden unterschiedliche technologische Komponenten – etwa Audio-, Licht-, LED-, IT- und Steuerungssysteme – zu integrierten Gesamtlösungen für Veranstaltungsorte und Events. Insbesondere bei komplexen Großprojekten und technologisch anspruchsvollen Venues fungieren sie als Schnittstelle zwischen Technologieanbietern, Betreibern und Veranstaltern. Für deutsche Unternehmen mit technologischer Expertise eröffnet sich hier ein besonders relevanter Marktzugang: Anstatt direkt mit großen Veranstaltern zu konkurrieren, können sie sich als spezialisierte Zulieferer oder Technologiepartner innerhalb bestehender Integrationsprojekte positionieren.

Rolle lokaler Netzwerke und Partnerschaften

Der Zugang zum US-amerikanischen Markt ist in hohem Maße netzwerkgetrieben. Lokale Promoter, Booking-Agenturen, Venue-Betreiber sowie Branchenverbände spielen eine entscheidende Rolle bei der Initiierung und Umsetzung von Projekten. Insbesondere in zentralen Hubs wie New York City, Los Angeles oder Las Vegas haben sich dichte Ökosysteme entwickelt. Dort sind kreative,

wirtschaftliche und technologische Akteure eng miteinander vernetzt. Für internationale Unternehmen ist der Aufbau und die Pflege solcher Netzwerke ein wesentlicher Erfolgsfaktor. Markteintritte erfolgen typischerweise nicht über direkte Marktpenetration, sondern über Kooperationen, Partnerschaften oder Pilotprojekte mit lokalen Akteuren.

Insgesamt ist die Wettbewerbssituation durch eine Kombination aus hoher Marktkonzentration, technologischer Dynamik und starker Netzwerkorientierung geprägt. Für deutsche Unternehmen ergeben sich daraus klare strategische Implikationen: Erfolgsversprechend ist insbesondere eine Positionierung als spezialisierter Technologieanbieter oder Dienstleister innerhalb bestehender Wertschöpfungsstrukturen, kombiniert mit einem gezielten Aufbau lokaler Partnerschaften und Netzwerke.

3.5 Stärken und Schwächen des Marktes für die Branche der Kreativwirtschaft

Die nachfolgende SWOT-Analyse bewertet die strukturellen Rahmenbedingungen des US-amerikanischen Marktes für die Kreativwirtschaft mit Fokus auf die Konzert- und Eventbranche. Sie richtet sich konsequent an einer marktorientierten Betrachtung aus. Ziel ist es, die zentralen Stärken und Schwächen des Zielmarktes sowie die daraus resultierenden Chancen und Risiken systematisch darzustellen. Auf dieser Grundlage können deutsche Unternehmen die Attraktivität des Marktes einschätzen und geeignete strategische Ansatzpunkte für einen erfolgreichen Markteintritt identifizieren.

Stärken (Strengths):

- **Enorme Marktgröße und Kaufkraft:**
Die USA stellen den weltweit größten Markt für Live-Entertainment dar und zeichnen sich durch eine hohe Zahlungsbereitschaft für Premium-Erlebnisse sowie eine ausgeprägte Konsumorientierung aus.
- **Technologische Innovationsführerschaft:**
Hohe Offenheit für neue Technologien (z. B. immersive Venues, digitale Ticketing-Systeme, datenbasierte Eventsteuerung) schafft ein innovationsgetriebenes Marktumfeld.

- **Professionalisierte und skalierbare Marktstrukturen:**
Etablierte Wertschöpfungsketten, erfahrene Marktakteure und effiziente Prozesse ermöglichen die Umsetzung großskaliger Events mit internationaler Reichweite.
- **Globale Strahlkraft und Trendsetter-Funktion:**
Die US-amerikanische Kreativwirtschaft – insbesondere Musik und Live-Entertainment – setzt weltweit Trends und bietet Zugang zu internationalen Netzwerken und Märkten.
- **Hohe Dichte an relevanten Clustern und Netzwerken:**
Metropolregionen wie New York, Los Angeles und Las Vegas bündeln zentrale Akteure entlang der gesamten Wertschöpfungskette und erleichtern den Zugang zu Partnern.

Schwächen (Weaknesses):

- **Hohe Marktkonzentration und Dominanz weniger Großakteure:**
Die starke Stellung von Unternehmen wie Live Nation und AEG erschwert den direkten Marktzugang und erhöht die Abhängigkeit von etablierten Strukturen.
- **Hohe Markteintrittsbarrieren:**
Komplexe regulatorische Anforderungen (Visa, Arbeitsrecht), hohe Kosten sowie die Notwendigkeit lokaler Netzwerke erschweren den Einstieg für internationale Anbieter.
- **Starker Wettbewerbs- und Preisdruck:**
Intensiver Wettbewerb durch lokale und internationale Anbieter führt zu hohen Anforderungen an Differenzierung und Innovationsfähigkeit.
- **Abhängigkeit von Netzwerken und informellen Strukturen:**
Geschäftsanbahnungen erfolgen häufig über persönliche Kontakte und etablierte Beziehungen, was den Marktzugang für neue Akteure erschwert.
- **Fragmentierte regulatorische Rahmenbedingungen:**
Unterschiedliche Vorschriften auf Bundes-, Bundesstaaten- und Stadtebene erhöhen die Komplexität der Marktbearbeitung.

Chancen (Opportunities):

- **Wachsende Nachfrage nach technologischen Innovationen:**

Bedarf an Lösungen in den Bereichen immersive Technologien, Eventtechnik, Digitalisierung und datenbasierte Geschäftsmodelle.

- **Nachhaltigkeit als zunehmender Markttreiber:**
Steigender Druck von Veranstaltern, Investoren und Konsumenten eröffnet Chancen für energieeffiziente und nachhaltige Eventlösungen.
- **Modernisierungsbedarf bestehender Infrastruktur:**
Viele Venues investieren in technologische Aufrüstung, Sicherheit und Besuchererlebnis – ein attraktives Feld für spezialisierte Anbieter.
- **Positionierung als Technologie- und Nischenanbieter:**
Deutsche Unternehmen können sich erfolgreich als spezialisierte Zulieferer oder Systempartner in bestehenden Wertschöpfungsketten etablieren.
- **Kooperationen und Partnerschaften als Markteintrittsstrategie:**
Zusammenarbeit mit lokalen Promotern, Venue-Betreibern oder Systemintegratoren bietet effektive Zugänge zum Markt.

Risiken (Threats)

- **Konjunkturelle Volatilität:**
Wirtschaftliche Abschwächungen können sich direkt auf Konsumausgaben im Entertainmentbereich auswirken.
- **Schnelle technologische Innovationszyklen:**
Kontinuierlicher Investitionsdruck in neue Technologien erhöht das Risiko von Fehlinvestitionen oder technologischer Obsoleszenz.
- **Disruption durch neue Geschäftsmodelle:**
Digitale Plattformen, neue Monetarisierungsmodelle oder alternative Eventformate können bestehende Marktstrukturen verändern.
- **Kulturelle und geschäftliche Unterschiede:**
Unterschiede in Verhandlungskultur, Entscheidungsprozessen und Marktdynamik können Kooperationen erschweren.
- **Rechtliche und politische Unsicherheiten:**
Änderungen in Visa-Regularien, Handelsbedingungen oder lokalen Vorschriften können den Marktzugang beeinflussen.

Die Analyse zeigt, dass der US-amerikanische Markt trotz hoher Wettbewerbsintensität und struktureller Eintrittsbarrieren attraktive Potenziale für internationale Anbieter bietet. Insbesondere technologieorientierte und spezialisierte Unternehmen können von der hohen Innovationsdynamik, der ausgeprägten Zahlungsbereitschaft sowie dem kontinuierlichen Modernisierungsbedarf profitieren. Erfolgsentscheidend ist dabei eine klare Positionierung innerhalb bestehender Wertschöpfungsstrukturen sowie der frühzeitige Aufbau lokaler Partnerschaften und Netzwerke, um den Zugang zu relevanten Marktakteuren zu sichern.

3.6 Besonderheiten der Szene in Nevada – Fokus Las Vegas

Las Vegas nimmt innerhalb der US-amerikanischen Konzert- und Eventbranche eine Sonderstellung ein und hat sich in den vergangenen Jahren zu einer der weltweit führenden Entertainment-Metropolen entwickelt. Während die Stadt historisch durch Glücksspiel geprägt war, hat sie sich zunehmend zu einem diversifizierten, technologiegetriebenen Entertainment-Ökosystem transformiert, in dem Live-Events eine zentrale wirtschaftliche Rolle spielen.

Die Kreativ- und Entertainmentwirtschaft bildet das wirtschaftliche Rückgrat der Region. Im Jahr 2024 verzeichnete Las Vegas rund 41,7 Millionen Besucher, die direkte Ausgaben in Höhe von 55,1 Milliarden USD generierten.³¹ Die gesamtwirtschaftlichen Effekte des Tourismus beliefen sich auf 87,7 Milliarden USD und unterstreichen die außergewöhnliche Bedeutung der Branche für die regionale Wertschöpfung.³² Gleichzeitig fungiert der Sektor als zentraler Beschäftigungsmotor mit über 315.000 Arbeitsplätzen im Bundesstaat Nevada.³³

Ein wesentliches Alleinstellungsmerkmal von Las Vegas ist die starke Fokussierung auf hochskalierte, technologisch anspruchsvolle Live-Entertainment-Formate. Im Gegensatz zu anderen US-Märkten, die stärker fragmentiert und kreativ

diversifiziert sind, konzentriert sich Las Vegas auf Premium-Erlebnisse mit hoher Zahlungsbereitschaft und internationaler Strahlkraft. Die Stadt verfügt über mehr als 150 Veranstaltungsstätten unterschiedlicher Größenordnungen und bietet damit eine einzigartige Infrastruktur für Live-Events.

Besonders prägend ist die Rolle von sogenannten Artist Residencies, bei denen international etablierte Künstler über längere Zeiträume regelmäßig auftreten. Dieses Modell ermöglicht eine hohe Planbarkeit, stabile Einnahmeströme und eine enge Verzahnung von Tourismus und Entertainment. Allein im Jahr 2024 generierten 13 große Residencies in den ersten sieben Monaten rund 235 Millionen USD Umsatz bei über 850.000 verkauften Tickets, was die hohe wirtschaftliche Attraktivität dieses Formats verdeutlicht.

Ein weiterer zentraler Treiber ist die zunehmende Technologisierung der Branche. Großprojekte wie die „Sphere“ setzen neue Maßstäbe für immersive Live-Erlebnisse und verdeutlichen die Innovationsbereitschaft des Standorts. Mit einem Gesamtumsatz von 1,22 Milliarden USD im Jahr 2025 stellt die Venue ein Benchmark-Beispiel für die Verbindung von Entertainment, Technologie und Skalierung dar.³⁴ Solche Entwicklungen positionieren Las Vegas als globalen Testmarkt für neue Eventtechnologien und Geschäftsmodelle. Die Marktlogik in Las Vegas ist dabei stark durch Premiumisierung geprägt. Die durchschnittlichen Ausgaben pro Besucher für Entertainment lagen bereits 2023 bei über 100 USD, was auf eine ausgeprägte Zahlungsbereitschaft für hochwertige und innovative Eventformate hinweist. Gleichzeitig profitieren Veranstalter von der hohen touristischen Nachfrage und der geografischen Lage, die effiziente Tourneeplanung im Westen der USA ermöglicht.

³¹ Vgl. Las Vegas Convention and Visitors Authority (2025): [Las Vegas Tourism Statistics 2024](#) [Zugriff: 23. Januar 2026].

³² Vgl. Vegas Means Business (2025): [Las Vegas Economic Impact 2024](#) [Zugriff: 23. Januar 2026].

³³ Vgl. Las Vegas Luxury Home Pro (2024): [Las Vegas Economy: Top Industries, Biggest Employers, & Business Climate](#) [Zugriff: 14. Juli 2025].

³⁴ Vgl. Sphere Entertainment Co. (2026): [Fourth Quarter and Full Year 2025 Results](#) [Zugriff: 26. Februar 2026].

Für deutsche Unternehmen ergeben sich daraus spezifische Marktchancen, insbesondere in technologie- und innovationsgetriebenen Segmenten. Dazu zählen vor allem:

- **Eventtechnologie und immersive Systeme:** Hohe Nachfrage nach LED-, Audio-, XR- und Steuerungstechnologien für großskalierte Produktionen
- **Venue-Optimierung und Infrastruktur:** Lösungen zur Effizienzsteigerung, Sicherheit und Besuchersteuerung
- **Nachhaltige Eventkonzepte:** steigender Druck zur Reduktion von Emissionen und Ressourcenverbrauch
- **Premium-Services und spezialisierte Dienstleistungen:** insbesondere im Bereich Erlebnisdesign und datenbasierter Eventsteuerung

Gleichzeitig ist der Markteintritt mit spezifischen Herausforderungen verbunden. Der Markt ist stark kompetitiv, technologiegetrieben und durch hohe Qualitätsanforderungen geprägt. Erfolgreich sind insbesondere Unternehmen, die sich klar über technologische Spezialisierung oder innovative Nischenlösungen differenzieren und bereit sind, sich schnell an die Anforderungen eines dynamischen Premium-Marktes anzupassen.

Insgesamt zeichnet sich Las Vegas durch eine einzigartige Kombination aus Skalierung, Technologieorientierung und globaler Strahlkraft aus. Der Standort fungiert nicht nur als zentraler Entertainment-Hub, sondern auch als Innovationsplattform für neue Eventformate und Geschäftsmodelle und bietet damit attraktive, aber anspruchsvolle Marktchancen für internationale Anbieter.

3.7 Besonderheiten der Szene in New York – Fokus New York City

New York City ist das kreative Herz der USA - und in vielerlei Hinsicht auch der Welt. Hier treffen die großen Museen auf die Werbeagenturen der Madison Avenue, High Fashion auf Filmsets und Broadway-Produktionen auf globale Musik- und Medienunternehmen. Ob Kunst, Design, Theater, Tanz, Film, Mode, Verlagswesen oder Streaming: In keiner anderen Stadt verschmelzen kulturelle Vielfalt, kreative Produktion

und wirtschaftliche Dynamik so intensiv wie in New York. Die Kreativwirtschaft ist dabei weit mehr als ein Zusammenschluss kultureller Sparten – sie zählt zu den tragenden Säulen der New Yorker Wirtschaft, vergleichbar mit Sektoren wie Finanzwesen, Immobilien oder Recht. Schon vor der Pandemie stellte der Comptroller (Chief Financial Officer) von New York City fest, dass diese Branche wesentlich zur wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit, zum urbanen Leben und zur internationalen Ausstrahlung der Stadt beiträgt.

Insgesamt beschäftigte die Kreativwirtschaft in New York City im Jahr 2024 rund 326.000 Menschen, einschließlich selbständiger Tätigkeiten und Jobs in branchenübergreifenden kreativen Feldern. Der größte Teil der Beschäftigten arbeitet im Bereich Creative Media, der klassische Medien wie Verlagswesen und Fernsehen mit digitalen Formaten wie Streaming und Internet-Publishing zusammenführt. Diese Untergruppe wuchs bis 2022 um nahezu 20% und stellt damit einen wichtigen Treiber für das Branchenniveau dar. Obwohl die Kategorie „Independent Artists“ zahlenmäßig eher klein ist, verzeichnet sie das höchste durchschnittliche Gehalt von rund 286.000 USD im Jahr 2022. Im Bereich Arts, Entertainment & Recreation waren 2019 über 93.500 Personen in rund 6.250 Betrieben beschäftigt, mit einem Gesamtertrag von etwa 7,4 Milliarden USD und einem durchschnittlichen Jahresgehalt von 79.300 USD pro Kopf. Nach einem pandemiebedingten Tief von 42.000 Beschäftigten im Jahr 2020 liegt die Zahl im August 2025 bei rund 89.200 Beschäftigten, was die Erholung des Sektors unterstreicht.³⁵

Andere Sektoren wie Mode, Museen oder Darstellende Künste haben zwar noch nicht alle Vor-Corona-Krisenniveaus erreicht, doch aktuelle Daten zeigen auch hier eine positive Entwicklung. Auffällig ist, dass trotz Pandemie und strukturellen Umbrüchen kreative Berufe und Branchen in New York City weiterhin deutlich stärker vertreten sind als in fast allen anderen US-Städten - ein klarer Beleg für die kulturelle Führungsrolle der Metropole.³⁶ Laut ZipRecruiter liegt das durchschnittliche Jahresgehalt im Kunst- und Entertainmentbereich in NYC derzeit bei

³⁵Vgl. Center for an Urban Future (2025), [Creative New York](#) [Zugriff: 23. Januar 2026].

³⁶ Vgl. Comptroller New York City (2025): [New York City's Creative Economy](#) [Zugriff: 03.12.2025]

ca. 134.700 USD (Stand Juni 2025), deutlich über dem U.S. Durchschnitt.³⁷ Die staatlich erhobenen Quartalsdaten der Einnahmen aus Kunst, Unterhaltung und Erholung zeigen weiterhin hohe Einkommen: Das zweite Quartal 2025 lag bei etwa 15,57 Milliarden USD.³⁸

Laut Wirtschaftsfördergesellschaft der Stadt (NYCEDC) sind rund 300.000 Menschen im Sektor Kreativwirtschaft in New York City angestellt. Allein die Film- und Fernsehbranche sichert etwa 185.000 Arbeitsplätze. Die Nightlife-Industrie trägt mit einer wirtschaftlichen Gesamtleistung von rund 35 Milliarden USD maßgeblich zur städtischen Wertschöpfung bei.³⁹

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass dieser Sektor entscheidend zur Wirtschaftsstruktur New Yorks beiträgt: Die starke Erholung nach der Pandemie, überdurchschnittliche Gehälter und steigende Einnahmen unterstreichen die anhaltende Relevanz und Stärke der Kreativwirtschaft in der Stadt. Folgende Grafik veranschaulicht noch einmal im Detail die Dimension der Industrie und Beschäftigungszahlen.

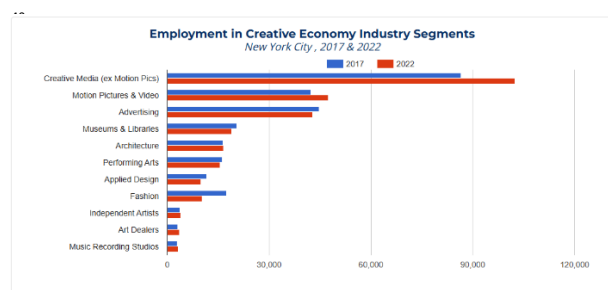


Abbildung 11: Employment in Creative Economy Industry Segments

Der Times Square in New York gilt als „Crossroads of the World“ und bleibt 2025 ein wirtschaftlich außergewöhnlich bedeutendes Viertel: Auf nur 0,1% der New Yorker Fläche erzeugt es rund 70 Milliarden USD Wirtschaftsleistung, beherbergt 39 Broadway-Theater mit über 60.000 Plätzen und zieht täglich mehr als 250.000 Menschen an – ein

dynamischer, global sichtbarer Standort, der weiterhin vielfältige Unternehmen anzieht.⁴¹

Live-Events in New York City

New York zählt gehört zu den weltweit führenden Metropolen für Live-Auftritte - mit einer einzigartigen Dichte an renommierten Veranstaltungsorten wie dem Madison Square Garden, dem Forest Hills Stadium oder dem Brooklyn Paramount. Von intimen Clubs bis zu legendären Großarenen findet sich hier für jedes Genre und jedes Publikum der passende Rahmen. Jährlich entstehen Tausende Konzerte, Festivals und Pop-up-Formate, die New York City immer wieder zur stilbildenden Bühne für globale Musiktrends machen.⁴²

Der Markt für Konzert- und Event-Promotion in New York City zeigt ein solides Wachstum. IBISWorld prognostiziert einen Anstieg des Umsatzes auf etwa 10,7 Milliarden USD im Jahr 2025. Diese Entwicklung basiert auf einer jährlichen Wachstumsrate (CAGR), die New York im nationalen Vergleich zu einer der dynamischsten Regionen macht. Zwar liegt der nationale Markt im Konzert- und Event-Promotion-Bereich bei 60,2 Milliarden USD (2024) und wächst mit durchschnittlich 4,2% pro Jahr, doch New York ist dabei der am stärksten konzentrierte und wettbewerbsfähigste Markt in den USA.⁴³

Die Stadt New York („Music City“) spielt seit jeher eine zentrale Schlüsselrolle in der Musikindustrie und gehört zu den beliebtesten Standorten für Künstler, Produzenten und Unternehmen aus allen Bereichen der Branche. In New York City befinden sich viele der wichtigsten Institutionen und Veranstaltungsorte der amerikanischen Musikindustrie. Dazu gehören unter anderem die Metropolitan Opera, New York Philharmonic, Carnegie Hall, Radio City Music Hall und natürlich der Broadway. Berühmtheiten wie *Jay-Z*, *Lady Gaga*, *50 Cent* und *Alicia Keys* sind hier geboren und aufgewachsen und sind damit nur wenige unter vielen

³⁷ Vgl. Ziprecruiter (2025): [Arts and Entertainment Salary in NYC](#) [Zugriff: 03.12.2025]

³⁸ Vgl. Federal Reserve Economic Data (2025): [Arts, Entertainment and Recreation Wages and Salaries in New York](#) [Zugriff: 03.12.2025]

³⁹ Vgl. New York City Economic Development Corporation (2025): [Media and Culture](#) [Zugriff: 03.12.2025]

⁴⁰ Vgl. Comptroller's Office of the City of New York (2025): [New York City's Creative Economy](#) [Zugriff: 03.12.2025]

⁴¹ Vgl. Times Square Officials Website (2025): [Reports 2025](#) [Zugriff: 03.12.2025]

⁴² Vgl. New York Post (2025): [New York Post](#) [Zugriff: 03.12.2025]

⁴³ Vgl. Ibisworld (2025): [Concert and Event Promotion in New York City](#) [Zugriff: 04.12.2025]

Größen des Metiers, die ihre ersten Karriereschritte in New York City unternommen haben.

Doch die Stadt ist nicht nur für ihre herausragenden Stars bekannt, sondern vor allem als Geburtsstätte musikalischer Newcomer. Zahlreiche noch unentdeckte Talente versuchen, mit ihrer Kunst in kleineren Spielstätten den Durchbruch zu schaffen. Programme wie die "Amateur Night" im Apollo Theater in Harlem begründeten die Karrieren unzähliger legendärer Künstler, von Ella Fitzgerald bis Lauryn Hill, H.E.R, D'Angelo, Jazmine Sullivan und Machine Gun Kelly.⁴⁴

Die kulturelle Vielfalt von New York City - man könnte sie als vielfältige Musik-DNA bezeichnen - spielt eine entscheidende Rolle für die innovative Musikszene der Stadt. Die fünf Stadtteile Manhattan, Bronx, Brooklyn, Queens und Staten Island bilden einen Schmelztiegel zahlloser Nationalitäten, der nach wie vor nicht nur der Ursprung vieler musikalischer Innovationen ist, sondern auch etliche Musikrichtungen und Genres neu ins Leben ruft. Der Salsa entstand aus einer Fusion kubanischer und puerto-ricanischer Einwanderer und wurde in den 1960er Jahren in El Barrio (East Harlem) geboren. Zur gleichen Zeit erklangen die ersten Punkrock-Hymnen im CBGB (East Village) und die ersten Disco-Beats in den Tanzclubs der Stadt, während Hip-Hop in der Sedgwick Street (Bronx) zum Leben erwachte.^{45 46}

Eine weitere Besonderheit in NYC ist die Theaterszene - der Broadway - welcher nach wie vor eines der kulturellen Herzstücke der USA und ein bedeutender Wirtschaftsfaktor für New York City. In der Saison 2024/2025 zeigte er erneut seine besondere Stärke: Mit einem Gesamtumsatz von rund 1,89 Milliarden USD, mehr als 14,6 Millionen Besucherinnen und Besuchern und einer Auslastung von über 91 Prozent bestätigte der Broadway eindrucksvoll seine Rolle als einer der wichtigsten und lebendigsten Theaterstandorte der Welt. In der Woche zum 30. November 2025 erzielten 34 Broadway-Shows einen Gesamtumsatz von 48,36 Millionen USD und verzeichneten insgesamt 297.902 Besucherinnen und Besucher.⁴⁷

⁴⁴ Vgl. Apollo: [Amateur Night at the Apollo](#) (2025) [Zugriff: 04.12.2025]

⁴⁵ Vgl. The North American Congress on Latin America (2007): [The Soul of the Barrio: 30 Years of Salsa](#) [Zugriff: 04.12.2025]

⁴⁶ Vgl. Education Through Music (2016): [A Brief History of Hip-Hop](#) [Zugriff: 04.12.2025]

⁴⁷ Vgl. Broadway: [Broadwayleague](#) [Zugriff: 04.12.2025]

4 Kontaktadressen

NATIONAL	
Institution	Kurzbeschreibung
Nationale Organisationen und Verbände	
American Composers Alliance Inc. (ACA)	Die American Composers Alliance hat sich zum Ziel gesetzt, amerikanische Konzertmusik zu fördern. Der Verein setzt sich dafür ein, dass Komponisten für die Nutzung ihrer Werke stets bezahlt werden sollten. ACA arbeitet global mit Komponisten, Büchereien, Performern, Ensembles, Aufnahmeprojekten und Distributoren klassischer Musik zusammen.
American Society of Composers, Authors & Radio Artists	Die American Society of Composers, Authors & Radio Artists ist eine gemeinnützige Organisation, welche sich kollektiv für den Schutz von Urheberrechten von Musikprodukten einsetzt. Die Aufgabe der Organisation ist es, geistiges Eigentum von Komponisten, Musikern und Verlegern zu schützen, indem sie Gebühren einbeziehen und diese an die Urheber weitergeben. Die Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte (GEMA) hat in Deutschland eine ähnliche Funktion.
Association of Performing Arts Professionals (APAP)	Die APAP ist eine nationale Interessenvertretungsorganisation mit mehr als 1600 Mitgliedern weltweit. Ihre Mitglieder kommen aus den darstellenden Künsten, kommunalen und universitären Einrichtungen, kulturell orientierten Organisationen, sowie Künstleragenturen, Managementfirmen und einer wachsenden Liste unabhängiger Künstler und weiterer Unternehmen. Durch professionelle Entwicklungsprogramme und Ressourcen hilft APAP Künstlern, Agenten, Managern, Moderatoren und Produzenten Wissen und Strategien zu vermitteln. APAP unterstützt durch Zuschüsse Gemeinschaften mit dem Ziel, Kunst für alle zugänglich zu machen.
Association of Talent Agents (ATA)	Die ATA bildet seit über 80 Jahren die offizielle Verbandskammer U.S.-amerikanischer Talentagenturen. Vor allem in Rechts- und Kooperationsfragen, aber auch in PR-Angelegenheiten, wenden sich über 100 registrierte Agenturen (was nach eigenen Aussagen einer 90% Branchenabdeckung entspricht) an die ATA. Mitglieder sind lizenzierte Talent Agents und prestigeträchtige Präsenzen wie u.a. United Talent Agency, Osbrink, oder CAA.
Events Industry Council	Die über 30 Mitgliedsorganisationen des Event Industry Councils repräsentieren über 100.000 Personen und 19.500 Firmen, die in die Eventindustrie involviert sind. Der EIC strebt nach dem Vorantreiben der Eventindustrie durch Forschung, Zertifizierungen und Weiterbildungen.
Event Service Professionals Association (ESPA)	Die Event Service Professionals Association repräsentiert Eventservice-Fachleute in Nordamerika. Die Organisation bietet ihren Mitgliedern Bildungs- und Networking Möglichkeiten. ESPA existiert bereits seit 30 Jahren und hat es sich zum Ziel gesetzt, den Berufsstand von Event- und Tagungsfachleuten zu fördern.
International Association of Venue Managers (IAVM)	Die internationale Vereinigung von Managern zahlreicher Veranstaltungsorte zählen aktive Mitglieder wie Manager und Führungskräfte aus Auditorien, Arenen, Kongresszentren, Ausstellungshallen, Stadien, Universitätskomplexen und Amphitheater.
International Entertainment Buyers Association (IEBA)	Die IEBA ist eine gemeinnützige Handelsorganisation für Live-Entertainment-Fachleute, die Talente erwerben, buchen und verkaufen. Die IEBA versteht sich als Netzwerk der Veranstaltungswirtschaft. Den 1300 Mitgliedern werden sowohl zahlreiche Networking-Möglichkeiten als auch Weiterbildungs- und Beratungsschulungen geboten. Ein Highlight ist die seit 1970 stattfindende, auch für Nichtmitglieder zugängliche, Hausmesse des Verbandes.
International Festivals and Events Association (IFEA)	Die IFEA ist eine gemeinnützige Vereinigung für Produzenten, Lieferanten und Manager von Festivals und Veranstaltungen mit Mitgliedern in ca. 38 Ländern.
International Live Events Association (ILEA)	Die ILEA hat weltweit mehr als 7200 Mitglieder. Die Association organisiert Bildungsprogramme, Networking-Veranstaltungen und ein Peer-to-Peer Netzwerk.
Meeting Professionals International (MPI)	Meeting Professionals International ist die größte Meeting- und Eventorganisation der Welt. Der Verein bietet innovative und relevante Bildung sowie zahlreiche Networking Möglichkeiten und betrachtet sich als Stimme für Industriewachstum. MPI zählt über 60.000 Mitglieder in 19 Ländern.
Music Business Association	Seit knapp 60 Jahren unterstützt die Music Business Association Künstler darin, ihr musikalisches Talent profitabel zu machen und somit gewinnbringend zu positionieren. Durch gezielte Schulungen, Beratung, Industrieanalysen, Networking-Möglichkeiten, wie auch durch zahlreiche Fachmessen und Versammlungen soll dies erreicht werden. Die „Music Biz Academy“ ist ein ins Leben gerufenes Onlineprojekt, welches gezielt Musiker zum Self-Manager bildet. Die „Music Biz Convention“ zählte im Jahr 2016 über 1300 Fachbesucher, unter den Sponsoren finden sich renommierte Unternehmen wie etwa Warner Music, Universal Music Group, Spotify und Pandora.
North American Performing Arts Managers and Agents (NAPAMA)	Die seit 1979 bestehende Organisation mit Sitz in New York versteht sich als Repräsentant für Agenten und Agenturen, Gruppen und Einzeldarsteller im Bereich Performing Arts. Eine Mitgliedschaft eröffnet Zugang zu zahlreichen (zertifizierten) Weiterbildungsmöglichkeiten, branchenspezifischer Steuer- und Rechtsberatung, Konferenzen, sowie vor allem einem nationalen Netzwerk. Dies ermöglicht es der NAPAMA wertvolle Unterstützung in u.a. Reise- und Unterkunftsfragen zu bieten; Mitglieder profitieren von vergünstigten Reisetarifen und Versicherungspolicen. Das Kredo des Verbandes ist es, die Gemeinschaft aus Agenten, Management und Künstlern zu fördern, zu pflegen – „the glue that binds the performing arts“ – und somit höchsten Qualitätsansprüchen gerecht zu werden.

The Actors Fund	Der Entertainment Community Fund (ehem. The Actors Fund) ist eine nationale Organisation, welche sich zum Ziel gesetzt hat, Künstler und Acts in den Bereichen Theater, Television, Musik, Oper, Radio und Tanz zu unterstützen. Die Unterstützung liegt in sozialer und finanzieller Unterstützung, Versicherungsberatung, Bereitstellung von Wohnungen sowie im Angebot verschiedener Workshops und Programme. The Actors Fund hat Standorte in New York, Los Angeles und Chicago.
Regierungsorganisationen	
Mayor's Office of Media and Entertainment (MOME)	Das MOME-Büro für Film, Theater und Rundfunk umfasst Film, Fernsehen, Radio, Theater, Musik, Werbung und Verlagswesen. Das Büro fördert New York City als ein lebendiges Zentrum der Kreativität. Das MOME beaufsichtigt auch NYC Media, das offizielle Rundfunknetz und die Medienproduktionsgruppe der Stadt, die über 18 Millionen Menschen erreichen und Programmierung für sechs lokale Kabelstationen sowie einen Radiosender ermöglicht.
National Endowment for the Arts (NEA)	Das NEA ist die einzige staatliche Kulturfördereinrichtung der USA auf Bundesebene. Sie ist eine staatliche Stiftung mit Sitz in Washington, D.C., die Künstler und bestimmte Projekt mit Stipendien und Förderungen unterstützt.
Science and Entertainment Exchange	Das Science and Entertainment Exchange – Programm der National Academy of Sciences (NAS) verbindet Stakeholder aus der Entertainment Industrie mit Ingenieuren, um Synergien zwischen diesen beiden Bereichen zu erzeugen. Der Austausch soll einen schnellen und einfachen Zugang zu Experten aus beiden Bereichen erzeugen.
U.S. Department of Commerce – International Trade Administration	Die International Trade Administration des U.S. Department of Commerce fördert die Investitionen und den Handel in den Vereinigten Staaten. Innerhalb dieser Institution gibt es ein Media & Entertainment – Team, welches die Interessen von U.S. amerikanischen Unternehmen im Entertainment und Medien – Bereich vertritt.
NEW YORK	
Bundesstaat New York – Organisationen & Institutionen	
American Association of Independent Music (A2IM)	A2IM ist eine gemeinnützige Handelsvereinigung, die eine Gruppe von über 600 unabhängigen Plattenfirmen repräsentiert. Sie hat ihren Hauptsitz in New York City, aber auch Büros in Nashville, Chicago und Kalifornien. A2IM ist Mitglied des World Independent Network (WIN).
Brooklyn Academy of Music (BAM)	BAM ist ein Veranstaltungsort für die darstellenden Künste in Brooklyn, New York. Unter den Veranstaltungen befinden sich Aufführungen aus den Bereichen Theater, Tanz, Musik, Oper und Film. BAM präsentiert nationale und internationale Künstler und unterstützt sowohl aufstrebende Talente als auch lokale Gemeinden.
New York City Economic Development Corporation	New York City Economic Development Corporation is a mission-driven, nonprofit organization that works with and for communities across New York City to strengthen neighborhoods and create good jobs. We do this through industry and business development initiatives, training and skill-building programs, and public investments in key infrastructure.
International Society for the Performing Arts (ISPA)	Die Mission der ISPA besteht darin, die darstellenden Künste weltweit durch den Austausch von Ideen und die Förderung einer vielfältigen und engagierten Mitgliedschaft zu stärken. Die ISPA-Mitglieder setzen sich zusammen aus Besitzern von Veranstaltungsorten, Künstler-Manager, Geldgeber, Berater und andere Fachleute, die in die darstellenden Künste arbeiten.
Lincoln Center for the Performing Arts (LCPA)	Das Lincoln Center beherbergt zahlreiche renommierte Organisationen der darstellenden Künste, die national und international bekannt sind, wie z.B. die New York Philharmoniker, die Metropolitan Opera und das New York City Ballett.
Venues, Arenen, Kongresszentren & Performing-Arts-Einrichtungen	
Madison Square Garden	Ikonische Multi-Purpose-Arena in Midtown Manhattan (ca. 20.000 Plätze). Heimat der New York Knicks (NBA) und New York Rangers (NHL). Host von Konzerten, Boxing, UFC und Award Shows. Benchmark-Arena für Premium-Live-Entertainment in Nordamerika.
Barclays Center	Moderne 19.000-Plätze-Arena in Brooklyn. Heimat der Brooklyn Nets (NBA). Host für NBA, internationale Touring-Acts, Boxing und Major Entertainment-Produktionen. Relevanter Venue für jüngeres, urbanes Publikum.
Carnegie Hall	Legendärer Konzertsaal (Stern Auditorium ca. 2.800 Plätze). Weltweite Referenz für klassische Musik, Solisten und Orchester. Maßstab für kulturelle Exzellenz und internationale Debüts.
Radio City Music Hall	Art-Deco-Ikone am Rockefeller Center (ca. 6.000 Plätze). Heimat der Rockettes. Host für Konzerte, Award Shows, TV-Produktionen und Special Events. Prestige-Venue für große Showformate.
Yankee Stadium	41.000+ Plätze, Heimat der New York Yankees (MLB). Neben Baseball auch Host für internationale Soccer-Matches und Stadionkonzerte. Symbol für globale Sportmarkenwirkung.
Citi Field	Heimstadion der New York Mets (ca. 41.000 Plätze). Relevanter Stadion-Venue für Großkonzerte, internationale Sportevents und saisonale Mega-Produktionen.
MetLife Stadium	82.500 Plätze, eines der größten NFL-Stadien der USA. Heimat der New York Giants und New York Jets. Host von Super Bowl XLVIII und globalen Stadiontourneen. Schlüsselvenue für internationale Mega-Events im Großraum NYC.
Javits Center	Über 3 Millionen sq ft Gesamtfläche, LEED Gold. Bedeutendstes Convention Center in New York. Host von NY Auto Show, NRF, Comic Con und internationalen Fachmessen. Nachhaltigkeits-Vorzeigeprojekt mit energieeffizienter Infrastruktur.
Beacon Theatre	2.800 Plätze, Teil des MSG-Entertainment-Portfolios. Premium Mid-Size-Venue für Comedy, Rock, Alternative und Special Events. Intime Atmosphäre mit historischer Architektur.
Apollo Theater	Kulturelle Institution mit ca. 1.500 Plätzen. Historische Bühne für Jazz, Soul, R&B und Comedy. Relevanter Venue für kulturell geprägte Formate mit starker Community-Verankerung und internationaler Strahlkraft.
Madison Square Garden	Ikonische Multi-Purpose-Arena in Midtown Manhattan (ca. 20.000 Plätze). Heimat der New York Knicks (NBA) und New York Rangers (NHL). Host von Konzerten, Boxing, UFC und Award Shows. Benchmark-Arena für Premium-Live-Entertainment in Nordamerika.
Barclays Center	Moderne 19.000-Plätze-Arena in Brooklyn. Heimat der Brooklyn Nets (NBA). Host für NBA, internationale Touring-Acts, Boxing und Major Entertainment-Produktionen. Relevanter Venue für jüngeres, urbanes Publikum.

Unternehmen im Nordosten der USA	
Atlantic Records Group	Die amerikanische Plattenfirma Atlantic Records Group hat seit ihrer Gründung 1947 den Ruf der Spezialisierung in R&B, Jazz und Soul erworben. Über die Jahrzehnte hat die Firma auch zahlreiche Top-Stars aus allen Musikbranchen unter Vertrag genommen, zu denen Stars wie David Guetta und Bruno Mars gehören.
Creative Artists Agency (CAA)	Die CAA ist eine amerikanische Talent- und Sportagentur mit Hauptsitz in Los Angeles. Ihr Büro in New York City verwaltet vor allem Theaterkunden.
ESPN	ESPN, Inc. ist das führende multimediale Multimedia-Sportunterhaltungsunternehmen mit einem breiten Portfolio von Multimedia-Sport-Assets und über 50 Geschäftseinheiten. ESPN gehört zu 80 Prozent ABC, Inc. und ist eine indirekte Tochtergesellschaft von The Walt Disney Company. Die Hearst Corporation hält einen Anteil von 20 Prozent an ESPN.
iHeartMedia	iHeartMedia hat die größte nationale Reichweite aller Radio- und Fernsehsender in Amerika. Als Marktführer im Bereich Multiplattform-Verbindungen bedient iHeartMedia außerdem mehr als 150 lokale Märkte mit 858 eigenen Radiosendern. Zu den Plattformen von iHeartMedia gehören Radiosendungen, Online, Mobile, digitale und soziale Medien, Podcasts, Persönlichkeiten und Influencer, Live-Konzerte und -Events, Syndication, Musikforschungsdienste und die Vertretung unabhängiger Medien.
Madison Square Garden Entertainment Corp.	MSG Entertainment ist ein weltweit führendes Unternehmen im Bereich der Live-Unterhaltung und produziert, präsentiert oder veranstaltet eine Vielzahl von Live-Unterhaltungs- und Sporterlebnissen in unseren Veranstaltungsorten. Der Madison Square Garden ist die Heimat der New York Knicks und der New York Rangers, zwei Profisportvereine.
SiriusXM	SiriusXM und seine Marken (Pandora, Stitcher, SXM Media, AdsWizz, Simplecast und SiriusXM Connected Vehicle Services) ist ein amerikanisches Rundfunkunternehmen mit Hauptsitz in Midtown Manhattan, New York City, das Satellitenradio und Online-Radiodienste in den Vereinigten Staaten anbietet.
Primary Wave	Primary Wave ist ein Full-Service-Musikgeschäft mit Fachwissen in den Bereichen Film, Fernsehen, Spiele, Werbung, Branding, Lizenzen, spezielle Märkte, Tourneen, Talentmanagement und Musikaufsicht. Primary Wave besitzt die Urheberrechte von bekannten Künstlern wie: The Beatles, Nirvana, Chicago, Hall & Oates, Def Leppard, und Steven Tyler.
Sony Music Entertainment	Sony Music Entertainment ist ein amerikanisches Musik-Konglomerat, das zu Sony Corporation of America gehört. Sony Music ist nach Universal die größte der „Big Three“ Entertainmentfirmen.
UnitedMasters	UnitedMasters ist eine neue Alternative für die Musikindustrie, die unabhängigen Künstlern erstklassige Musikvertriebsdienste, eine Reihe von Tools, die ihnen helfen, direkt mit Fans in Kontakt zu treten, und Möglichkeiten für einzigartige Partnerschaften mit einigen der weltweit größten Marken wie der NBA, Bose und iHeart bietet.
Universal Music Group (UMG)	UMG ist eine globale Musikgesellschaft und einer der "Big Three" Plattenfirmen (UMG, WMG & Sony Music). Sie hat ihren Hauptsitz in Kalifornien, aber mehrere ihrer Tochtergesellschaft Plattenfirmen, wie z.B. Def Jam Recordings, haben ihren Hauptsitz in New York City.
Vevo LLC	Vevo ist ein multinationaler amerikanischer Konzern und der weltweit größte Videohostingservice. Die Firma ist ein gemeinsames Joint Venture von Universal Music Group, Sony Music Entertainment und EMI.
Warner Music Group (WMG)	WMG ist ein Entertainment Konglomerat mit Hauptsitz in New York City, welches mehrere Giganten der Plattenfirmenindustrie, wie z.B. Warner Bros. Records und Atlantic Records besitzt. WMG ist sowohl im Aufnahme- als auch im Verlagsgeschäft tätig.
William Morris Endeavor (WME)	WME ist eine der weltweit größten Talentagenturen mit Büros in Beverly Hills, New York City, Nashville, London und Miami. WME repräsentiert Künstler in allen Entertainment Sektoren, insbesondere in Film, Fernsehen, Musik, Theater, Werbung, Literatur und digitale Medien. WME ist auch im Besitz von IMG (International Management Group), einer Talent Agentur, die sich auf Sport Talente fokussiert hat und dort den Markt dominiert.

LAS VEGAS

Institution	Kurzbeschreibung
Entscheidungsträger, Verbände, Behörden, Beratung & Forschung	
AEG Presents Las Vegas	Zweitgrößter globaler Konzertpromoter mit Las-Vegas-Regionaloffice. Miteigentümer der T-Mobile Arena, betreibt Festivals weltweit (Coachella, BST Hyde Park) und globale Touren. Europäische Infrastruktur vorhanden (MCT Agentur DE). Betreibt das AEG 1EARTH Sustainability-Programm.
Brownstein Hyatt Farber Schreck (Las Vegas)	Führende Kanzlei für Government Relations, Gaming Law und Real Estate in Nevada. Starke Lobby-Präsenz in Carson City und Washington D.C. Strategischer Berater für Firmen, die regulatorische Landschaft und politische Rahmenbedingungen in Nevada navigieren müssen.
Cirque du Soleil Entertainment Group	Weltführender Produzent von Live-Entertainment-Shows mit US-Hauptquartier in Las Vegas. Betreibt 6+ permanente Resident-Shows (O, Mystère, KÀ, Love, Mad Apple u. a.) sowie internationale Touring-Productions. Expertise in Large-Scale-Showproduktion, Family Entertainment und kreativem Touring.
City of Las Vegas – Sustainability Office	Die Stadtverwaltung Las Vegas betreibt aktive Sustainability-Programme und Partnerschaften für Umwelt, Equity und Social Impact. Zentraler öffentlicher Ansprechpartner für Projekte an der Schnittstelle von Stadtentwicklung, Nachhaltigkeit und Creative Economy.
Deloitte (Las Vegas Office)	Big-Four-Prüfungs- und Beratungsgesellschaft mit Las-Vegas-Präsenz. Berät Resort-, Gaming- und Entertainment-Unternehmen zu ESG-Reporting, Audit, Tax und Consulting. Relevanter Partner für Wirtschaftsprüfung, Compliance und Finanzberatung im US-Markt.
Destinations by Design	Full-Service-Event-Produktionsfirma mit Hauptsitz in Las Vegas, spezialisiert auf Design, Fabrication, Logistics und Management für Großevents. Arbeitet mit den größten Convention- und Entertainment-Kunden der Stadt. B Corp-zertifiziert und Vorreiter für nachhaltige Event-Produktion.

Events Industry Council (EIC)	Globale Dachorganisation der Event-Industrie mit starkem Bezug zu Las Vegas. Vergibt die EIC Sustainable Event Standards (LVCC hat Gold-Zertifizierung). Setzt Branchenstandards für nachhaltige Events und bietet Zugang zu internationalen Event-Entscheidungsträgern.
Experiential Designers and Producers Association Las Vegas Chapter (EDPA)	EDPA ist eine internationale Gemeinschaft von Event-Design- und Produzenten-Fachleuten. Die Las-Vegas-Regionalgruppe vernetzt kreative Köpfe aus Erlebnis- und Markenerlebnissen, bietet Fachvorträge, Workshops und Networking-Events. Wissensaustausch, Weiterbildung und lokale Projektkooperationen.
EY (Ernst & Young – Las Vegas)	Globale Wirtschaftsprüfungsgesellschaft mit Hospitality- und Entertainment-Praxis. Berät zur ESG-Assurance, Tax-Strukturierung und Markteintritts-Strategie. Komplementärer Partner für deutsche Firmen, die audit-ready US-Strukturen aufbauen wollen.
Film Nevada (State Film Office)	Die staatliche Filmbehörde fördert Film-, TV- und Medienproduktion in Nevada. Verwaltet Genehmigungen, Tax Credits (geplant: \$190 Millionen /Jahr) und vermittelt Kontakte zu Studios und Produktionsfirmen. Relevant für Firmen aus Medien, Entertainment und Green Production.
Greenberg Traurig LLP (Las Vegas)	Internationale Großkanzlei mit Las-Vegas-Büro, spezialisiert auf Gaming Law, Entertainment, Corporate/M&A und Regulatory. Berät die größten Resort- und Entertainment-Unternehmen. Relevanter Rechtspartner für US-Markteintritt, Vertragsgestaltung und Compliance.
GRN Vision	Las-Vegas-basierte Sustainability-Beratung, die u. a. die LVCVA-Sustainability-Audit durchgeführt hat. Spezialisiert auf Convention- und Venue-Nachhaltigkeit. Idealer lokaler Beratungspartner für Firmen mit Sustainability-Fokus (z. B. GWK).
Insomniac Events / Electric Daisy Carnival (EDC)	Veranstalter des Electric Daisy Carnival (EDC) am Las Vegas Motor Speedway – eines der weltweit größten Musikfestivals mit über 500.000 Besuchern. Produziert weitere Festival-Marken und Club-Events. Setzt Maßstäbe für Festival-Produktion, Fan-Experience und zunehmend nachhaltige Event-Konzepte.
International Association of Venue Managers (IAVM)	Internationaler Berufsverband für Venue-Manager von Arenen, Kongresszentren, Stadien und Performing-Arts-Centern. Mitglieder sind die Betreiber aller relevanten Las-Vegas-Venues. Strategischer Netzwerkzugang für Event-Tech, Sustainability und Venue-Operations.
Las Vegas Chamber of Commerce	Größte regionale Handelskammer Nevadas mit über 4.000 Mitgliedsunternehmen. Bietet Networking-Events, Business-Matchmaking und Advocacy. Idealer Multiplikator für erste Kontakte mit der lokalen Geschäftswelt in allen Branchen.
Las Vegas Convention and Visitors Authority (LVCVA)	Die LVCVA ist die offizielle Tourismus- und Kongressbehörde von Las Vegas. Sie vermarktet die Stadt weltweit als führende Destination für Messen, Konferenzen, Konzerte und Großevents. Zudem betreibt sie das Las Vegas Convention Center und unterstützt Veranstalter bei der Planung, Logistik und Bewerbung von Events jeder Größe.
Las Vegas Events (LVE)	LVE fokussiert auf die Planung und Förderung sogenannter Signature Events, die Las Vegas als führende Event-Destination weiter etablieren. Der Verband produziert oder unterstützt Großveranstaltungen wie Festivals, Messen oder Sportevents zur Steigerung der Bekanntheit der Stadt.
Las Vegas Global Economic Alliance (LVGEA)	Die LVGEA ist die regionale Wirtschaftsförderungsorganisation für Südnevada. Sie unterstützt internationale Unternehmen beim Markteintritt, bietet Standortanalysen, Steuervergünstigungen und vernetzt mit lokalen Entscheidungsträgern aus Politik und Wirtschaft. Zentraler Ansprechpartner für deutsche Firmen beim US-Markteintritt über Las Vegas.
Las Vegas Hospitality Association (LVHA)	Der älteste und umfangreichste Hotel- und Gastgewerbe-Verband in Nevada (gegründet 1962). Richtet sich an Fachkräfte aus Hotellerie, Catering und Event-Support. Veranstaltet monatliche Networking-Events, bietet Bildungsangebote und sammelt Spenden für Stipendien.
Live Nation Las Vegas	Weltweit größter Live-Entertainment-Konzern mit eigenem Las-Vegas-Büro. Betreibt Venues wie House of Blues und Brooklyn Bowl, programmiert Konzerte und Festivals in über 40 Ländern und promoten Touren global. Publiziert ESG-Reports und investiert in nachhaltige Event-Produktion.
Nevada Governor's Office of Economic Development (GOED)	Die staatliche Wirtschaftsförderung Nevadas verwaltet Tax-Incentive-Programme, fördert internationale Ansiedlungen und koordiniert Branchenentwicklung. GOED bietet Zugang zu staatlichen Förderprogrammen und ist der erste Ansprechpartner für die strategische Planung eines dauerhaften US-Engagements.
Nevada Resort Association	Branchenverband der großen Resort- und Casino-Betreiber Nevadas (MGM, Caesars, Wynn, Venetian u. a.). Vertritt die Interessen der Hospitality-Industrie auf Staatsebene. Zugang zu den Entscheidungsträgern der größten Arbeitgeber und Veranstaltungsorte in Las Vegas.
NV Energy	Nevadas größter Energieversorger, versorgt >1,5 Millionen Kunden. Partner von Allegiant Stadium, Sphere und Resorts World für erneuerbare Energie. Ziel: 50% Renewables bis 2030. Strategischer Infrastruktur-Partner für alle energieintensiven Venue- und Event-Projekte.
UNLV Harrah College of Hospitality	Eine der weltweit renommiertesten Hospitality-Hochschulen, eng vernetzt mit der Las Vegas Entertainment- und Hotel-Industrie. Absolventen besetzen Führungspositionen bei MGM, Caesars, Wynn u. a. Idealer Partner für Forschungsk Kooperationen und Talent-Pipeline.
UNLV International Gaming Institute	Weltweit führendes Forschungsinstitut für die Gaming- und Hospitality-Industrie an der University of Nevada, Las Vegas. Betreibt Forschung zu Technologie, Regulierung und Nachhaltigkeit in der Entertainment-Branche. Akademischer Partner für Pilotprojekte und Marktanalysen.
William Morris Endeavor (WME)	Eine der Big-Three Talent Agencies mit umfassendem Musik-Roster und starkem Las-Vegas-Büro. Vertritt Top-Artists und Mid-Level-Acts für Arena-, Festival- und Residency-Formate. Mutterkonzern Endeavor (NYSE) betreibt auch UFC und IMG in Las Vegas.
Venues, Arenen, Kongresszentren & Performing-Arts-Einrichtungen	
Allegiant Stadium	Heimstadion der Las Vegas Raiders (NFL), 65.000 Plätze, LEED Gold, 100% erneuerbare Energie. Gewinner von Green Sports Alliance Play to Zero Awards. Host von Super Bowl LVIII, Konzerten (Taylor Swift, Ed Sheeran) und Großevents. Premier-Venue für Sport und Entertainment.

Brooklyn Bowl Las Vegas (LINQ)	Einziger Entertainment-Venue (2.000 Plätze) an der LINQ Promenade: Live-Musik, Bowling und Gastronomie in einem. Betrieben von Brooklyn Bowl Group. Programmiert diverse Genres von Jam-Bands bis Electronic. Innovatives Venue-Konzept.
CAESARS FORUM Conference Center	LEED Gold-zertifiziertes Konferenzzentrum (300.000 sq ft) direkt am Strip. Eines der grünen Meeting-Facilities in Las Vegas. Zwei pillarless Ballrooms (je 110.000 sq ft). Ideal für Großkonferenzen, Corporate Events und internationale Messen.
Dolby Live at Park MGM	State-of-the-art Showroom (5.200 Plätze) mit Dolby Atmos Surround Sound im Park MGM. Designed für immersive Live-Erlebnisse. Host von Premium-Residencies (Lady Gaga, Bruno Mars, Usher). Ideal für Acts und Formate, die höchste Audioqualität erfordern.
House of Blues Las Vegas (Mandalay Bay)	Legendärer Live-Music-Club (2.500 Plätze) im Mandalay Bay, Teil des Live-Nation-Netzwerks. Programmiert 300+ Shows jährlich von Rock über Blues bis Hip-Hop. Wichtiger Mid-Size-Venue für internationale Touring-Acts und lokale Events.
Las Vegas Convention Center (LVCC)	Eines der größten Kongresszentren der Welt (3150 Paradise Rd), 4,6 Millionen sq ft Gesamtfläche, 2,5 Millionen sq ft Ausstellungsfläche. EIC Gold Sustainable Event Standards. Host von CES, NAB und hunderten Messen jährlich. Betrieben von der LVCVA.
Las Vegas Motor Speedway	Motorsport-Komplex nördlich von Las Vegas (7000 Las Vegas Blvd N). Host von NASCAR, NHRA und Electric Daisy Carnival (EDC). Mehrere Großevents jährlich mit je bis zu 500.000 Besuchern. Relevanter Mega-Event-Venue für Sport und Festivals.
Mandalay Bay Convention Center	Eines der größten Kongresszentren der USA (1,7 Millionen sq ft) innerhalb des MGM-Resorts-Portfolios. 8,3-MW-Solaranlage auf dem Dach. Host von CES-Overflow, NAB und hunderten Events jährlich. Wichtiger Venue für Messen und Corporate Events.
MGM Grand Garden Arena	Legendäre 17.000-Plätze-Arena im MGM Grand Hotel. Host von Championship Boxing, UFC, Konzerten (Rolling Stones, Bruno Mars) und Award Shows. Eines der prestigeträchtigsten Entertainment-Venues weltweit. Betrieben von MGM Resorts Entertainment.
Michelob ULTRA Arena (Mandalay Bay)	10.000-Plätze-Arena im Mandalay Bay. Heimstadion der Las Vegas Aces (WNBA). Host von Konzerten, Kampfsport und Corporate Events. Betrieben von MGM Resorts. Mid-Size-Arena-Format für vielseitige Entertainment-Programmierung.
Resorts World Theatre	Neuester Showroom am Strip (5.000 Plätze) im LEED-Gold-zertifizierten Resorts World Las Vegas. Modernste Bühnentechnik und Akustik. Host von Residencies (Katy Perry, Luke Bryan). 100% erneuerbare Energie. Idealer Showcase für Sustainability + Entertainment.
Sphere (Las Vegas)	Ikonischer Neubau in Las Vegas (\$2,3 Milliarden, 20.000 Plätze, 255 Sands Ave). Weltweit größter LED-Screen (16K, 160.000 sq ft). 70% Solarenergie geplant. Revolutionäres immersives Entertainment-Format. Host von Residencies (U2, Eagles, Phish) und Filmpremieren.
The Colosseum at Caesars Palace	Ikonischer 4.300-Plätze-Showroom in Caesars Palace, Maßstab für Las-Vegas-Residencies seit Celine Dion (2003). Host von Weltstars (Elton John, Adele, Garth Brooks). Betrieben von Caesars Entertainment. Benchmark-Venue für Premium-Residency-Formate.
The Smith Center for the Performing Arts	Südnevadas führendes Performing Arts Center mit Reynolds Hall (2.050 Plätze), Cabaret Jazz und Troesh Studio Theater. Residenz der Las Vegas Philharmonic und Nevada Ballet Theatre. Relevanter Venue für klassische Gastspiele, Crossover-Formate und hochkarätiges Kulturprogramm.
The Theater at Virgin Hotels Las Vegas	Modernes 4.600-Plätze-Theater im Virgin Hotels Las Vegas (ehem. Hard Rock Hotel). Intime Atmosphäre für Premium-Konzerte und Comedy-Shows. Aufstrebendes Venue mit wachsendem Programm und jüngerem Publikum.
The Venetian Convention & Expo Center	Umfangreicher Convention-Komplex im Venetian/Palazzo Resort (über 2,25 Millionen sq ft). 100% erneuerbare Energie via Sands ECO360-Programm. Host von SEMA, Money20/20 und weiteren Fachmessen. Premium-Location für internationale Kongresse.
T-Mobile Arena	Premier-Arena am Las Vegas Strip (3780 Las Vegas Blvd S), Heimat der Vegas Golden Knights (NHL). LEED Gold Design, 20.000 Plätze, 100–150 Events jährlich. Host für Konzerte, UFC, Boxing, Award Shows. Betrieben von MGM Resorts und AEG.
Wynn Las Vegas (Encore Theater / Convention)	Luxury-Resort mit Encore Theater (1.500 Plätze) und 513.000 sq ft Convention Space. Goldleaf-Sustainability-Programm, Net-Zero-Ziel 2050. Premium-Venue für exklusive Residencies, Corporate Events und Luxus-Entertainment.

5 Quellen

Apollo (2025). Amateur Night at the Apollo, <https://www.apollotheater.org/amateur-night>, [Zugriff: 27. Februar 2026].

Bundesverband der Konzert- und Veranstaltungswirtschaft e.V. (2024). Endbericht der Studie Musikwirtschaft in Deutschland 2024, <https://bdkv.de/endbericht-der-studie-musikwirtschaft-in-deutschland-2024/>, [Zugriff: 23. Januar 2026].

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (2025). Monitoringbericht Kultur- und Kreativwirtschaft 2024, <https://www.bundeswirtschaftsministerium.de/Redaktion/DE/Publikationen/Kultur-und-Kreativwirtschaft/Monitoringberichte/monitoringbericht-kultur-und-kreativwirtschaft-2024.pdf>, [Zugriff: 23. Januar 2026].

Boston Consulting Group (2017). Music in New York City, https://www.nyc.gov/assets/mome/pdf/MOME_Music_Report_2017_DIGITAL.pdf, [Zugriff: 27. Februar 2026].

Center for an Urban Future (2025). Creative New York, <https://www.nycfuture.org/research/creative-new-york>, [Zugriff: 27. Februar 2026].

Coherent Market Insights (2025). U.S. Live Events Market Report, <https://www.coherentmarketinsights.com/industry-reports/us-live-events-market>, [Zugriff: 23. Januar 2026].

Comptroller's Office of the City of New York (2024). Spotlight: New York City's Creative Economy, <https://comptroller.nyc.gov/reports/spotlight-new-york-citys-creative-economy/>, [Zugriff: 03. Dezember 2025].

Comptroller's Office of the City of New York (2025). Arts, Entertainment and Recreation Sector, <https://www.osc.ny.gov/osdc/reports/nyc-sectors/arts-entertainment-and-recreation>, [Zugriff: 03. Dezember 2025].

Digital Music News (2025). Live Nation record revenues 2024, <https://www.digitalmusicnews.com/2025/02/20/live-nation-record-revenues-2024/>, [Zugriff: 23. Februar 2026].

Education Through Music (2016). A Brief History of Hip-Hop, <https://etmonline.org/>, [Zugriff: 27. Februar 2026].

Federal Reserve Economic Data (2025). Arts, Entertainment and Recreation Wages and Salaries in New York, <https://fred.stlouisfed.org/series/NYWART>, [Zugriff: 12. Februar 2026].

Germany Trade & Invest (2025). Wirtschaftsdaten kompakt – USA, <https://www.gtai.de/de/trade/usa-wirtschaft/wirtschaftsdaten-kompakt#/USA/overview>, [Zugriff: 09. Februar 2026].

Grand View Research / Event Marketer (2025). Inside the Meteoric Rise of Immersive Entertainment Experiences, <https://www.eventmarketer.com/article/fall-cover-story-immersive-entertainment-experiences/>, [Zugriff: 26. Februar 2026].

IBISWorld (2024). Concert & Event Promotion in the US – Market Size, Industry Analysis, Trends and Forecasts (2024–2029), <https://www.ibisworld.com/united-states/market-research-reports/concert-event-promotion-industry/>, [Zugriff: 23. Januar 2026].

IBISWorld (2025). Concert & Event Promotion in New York, <https://www.ibisworld.com/united-states/industry/new-york/concert-event-promotion/12172/>, [Zugriff: 27. Februar 2026].

IBISWorld (2026). Concert & Event Promotion in the US Industry Data and Analysis, <https://www.ibisworld.com/united-states/industry/concert-event-promotion/1960/>, [Zugriff: 27. Februar 2026].

IQ Magazine (2024). German live industry swells by 20% to hit €5.6bn, <https://www.iqmagazine.com/2024/11/german-live-industry-grows-by-20-to-e5-6bn/>, [Zugriff: 23. Januar 2026].

Hamburg Kreativ Gesellschaft mbH (2025). Kreativwirtschaft setzt Impulse für Demokratie und Innovation, <https://kreativgesellschaft.org/presse/pressemitteilungen/german-creative-economy-summit-2025/>, [Zugriff: 23. Januar 2026].

Las Vegas Convention and Visitors Authority (LVCVA) (2025). Las Vegas Tourism Statistics 2024, <https://www.lvcva.com/research/visitor-statistics/>, [Zugriff: 23. Januar 2026].

Las Vegas Luxury Home Pro (2024). Las Vegas Economy: Top Industries, Biggest Employers, & Business Climate, <https://www.thelasvegasluxuryhomepro.com/las-vegas-economy/>, [Zugriff: 14. Juli 2025].

Madison Square Garden Entertainment Corp. (2024). Fiscal 2024 Fourth Quarter and Full Year Results, <https://investor.msgentertainment.com/news/news-details/2024/MADISON-SQUARE-GARDEN-ENTERTAINMENT-CORP-REPORTS-FISCAL-2024-FOURTH-QUARTER-AND-FULL-YEAR-RESULTS/default.aspx>, [Zugriff: 23. Februar 2026].

New York Post (2025). NYC sweeps in top spots on Billboard's music venue list, named US' 'beacon of live entertainment experience', <https://nypost.com/2025/02/14/us-news/nyc-scoops-top-spots-on-billboards-top-music-venue-list/>, [Zugriff: 27. Februar 2026].

New York City Economic Development Corporation (2025). Media and Culture, <https://edc.nyc/industry/media-and-culture>, [Zugriff: 27. Februar 2026].

Oxford Economics (2024). Musikwirtschaft in Deutschland 2024, <https://www.oxfordeconomics.com/resource/musikwirtschaft-in-deutschland-2024/>, [Zugriff: 23. Januar 2026].

Reuters (2026). Live Nation beats quarterly revenue estimates on strong concert demand, <https://www.reuters.com/business/media-telecom/live-nation-beats-quarterly-revenue-estimates-strong-concert-demand-2026-02-19/>, [Zugriff: 20. Februar 2026].

Recording Industry Association of America (2024). Mid-Year 2024 Revenue Report, <https://www.riaa.com/wp-content/uploads/2024/08/RIAA-Mid-Year-2024-Revenue-Report.pdf>, [Zugriff: 23. Januar 2026].

Sphere Entertainment Co. (2023). Sphere Entertainment unveils the most advanced concert-grade audio system in the world - Sphere Immersive Sound, Powered by HOLOPLOT, <https://investor.sphereentertainmentco.com/press-releases/news-details/2023/SPHERE-ENTERTAINMENT-UNVEILS-THE-MOST-ADVANCED-CONCERT-GRADE-AUDIO-SYSTEM-IN-THE-WORLD-SPHERE-IMMERSIVE-SOUND-POWERED-BY-HOLOPLOT/default.aspx>, [Zugriff: 26. Februar 2026].

Sphere Entertainment Co. (2026). Fourth Quarter and Full Year 2025 Results, <https://investor.sphereentertainmentco.com/press-releases/news-details/2026/Sphere-Entertainment-Co--Reports-Fourth-Quarter-and-Full-Year-2025-Results/>, [Zugriff: 26. Februar 2026].

Sports Business Journal (2024). Sphere sets venue record with \$420.5M in 2024 concert gross, <https://www.sportsbusinessjournal.com/Articles/2024/12/17/sphere-gross-revenue/>, [Zugriff: 23. Februar 2026].

Statista (2025). Event ticket online bookings by brand in the U.S., <https://www.statista.com/forecasts/997220/event-ticket-online-bookings-by-brand-in-the-us/>, [Zugriff: 23. Februar 2026].

Statista (2024). Revenue of Live Nation Entertainment from 2006 to 2024 (basierend auf Live Nation, U.S. Securities and Exchange Commission), <https://www.statista.com/statistics/193710/revenue-of-live-nation-entertainment-since-2006/>, [Zugriff: 23. Februar 2026].

The Broadway League (2026). Grosses - Broadway in NYC, <https://www.broadwayleague.com/research/grosses-broadway-nyc/>, [Zugriff: 27. Februar 2026].

The Broadway League (2025). Broadway's 2024-2025 Season Wraps with 14.7 Million Attendances and Grosses of \$1.89 Billion, <https://www.broadwayleague.com/press/press-releases/broadways-2024-2025-season-wraps-with-147-million-attendances-and-grosses-of-189-billion/>, [Zugriff: 23. Februar 2026].

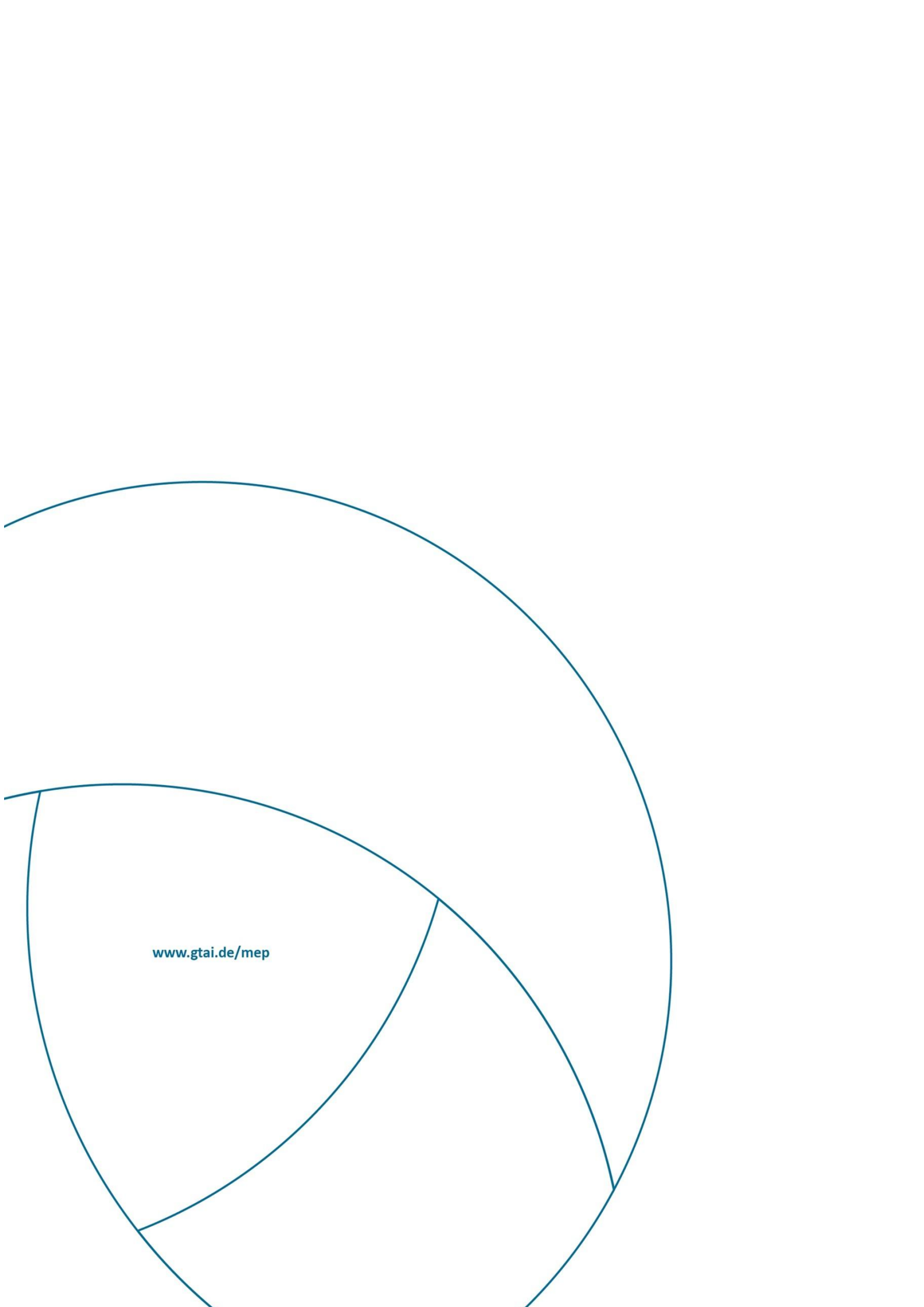
The North American Congress on Latin America (2007). The Soul of the Barrio: 30 Years of Salsa, <https://nacla.org/soul-barrio-30-years-salsa/>, [Zugriff: 27. Februar 2026].

The Wall Street Journal (2021). Live Music Is Back, but New York City Is Barely Rocking, <https://www.wsj.com/us-news/live-music-is-back-but-new-york-city-is-barely-rocking-11618246496>, [Zugriff: 27. Februar 2026].

Times Square (2025). Annual & Financial Reports, <https://www.timessquarenyc.org/business-community/annual-financial-reports>, [Zugriff: 27. Februar 2026].

Vegas Means Business (2025). Las Vegas Economic Impact 2024, <https://www.vegasmeansbusiness.com/about-link/>, [Zugriff: 23. Januar 2026].

ZipRecruiter (2025). Arts And Entertainment Salary in New York, <https://www.ziprecruiter.com/Salaries/Arts-And-Entertainment-Salary--in-New-York>, [Zugriff: 25. Februar 2026].



A Venn diagram consisting of two overlapping circles. The intersection of the two circles is shaded in light blue. The URL 'www.gtai.de/mep' is centered within this shaded intersection. The circles are drawn with thin blue lines.

www.gtai.de/mep