Economic & Financial Analysis
20. November 2026

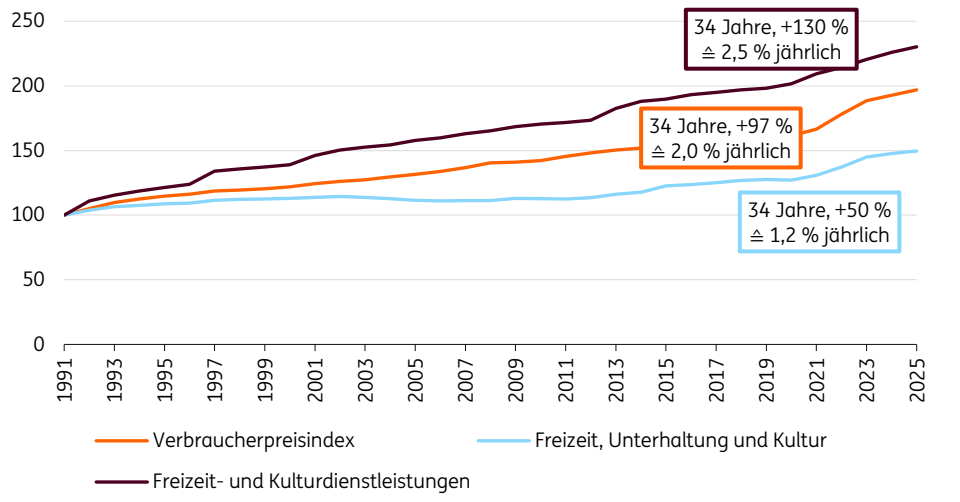
Der Preis des Live-Erlebnisses

Konzerte bekannter Künstler aus Rock und Pop haben sich über die letzten Jahrzehnte stark verteuert. Die Suche nach den Gründen führt neben branchenspezifischen Aspekten zu einem Effekt, der sich auch in anderen Wirtschaftszweigen zeigt.

89 Euro für die Toten Hosen, 142,50 Euro für AC/DC oder 75 Euro für Depeche Mode: Wer heute einen der großen, seit Jahrzehnten erfolgreichen Acts live erleben will, muss deutlich tiefer in die Tasche greifen als früher. Das ist zunächst keine überraschende Erkenntnis – schließlich ist fast alles teurer geworden. Der Verbraucherpreisindex des Statistischen Bundesamt hat sich von 1991 bis 2025 annähernd verdoppelt. Heruntergerechnet auf eine jährliche Wachstumsrate entspricht das ziemlich genau einer Inflation von durchschnittlich 2,0 Prozent pro Jahr, also exakt dem aktuellen Inflationsziel der Europäischen Zentralbank – eine bemerkenswerte Punktlandung (auch wenn die EZB erst seit 1999 die Verantwortung für die Geldpolitik in der Eurozone trägt).

Die Kategorie „Freizeit, Unterhaltung und Kultur“ des Verbraucherpreisindex kann allerdings die Teuerung bei den Konzerttickets nicht greifbar machen. Hier war der Anstieg lediglich halb so groß – vor allem, weil der Leistungsanstieg bei Unterhaltungs-und anderer Elektronik rechnerisch preisdämpfend wirkt.

Abb. 1 Verbraucherpreisindex und Unterkategorien, 1991 = 100



Quelle: Statistisches Bundesamt, ING-Berechnungen

Die Unterkategorie „Freizeit- und Kulturdienstleistungen“ ist mit einem Anstieg von 130 Prozent seit 1991 schon näher an der gefühlten Wirklichkeit. Eine Teuerung von rechnerisch 2,5 Prozent jährlich kommt dem regelmäßigen Konzertbesucher jedoch immer noch zu niedrig vor – mit Recht.

Sebastian Franke
Economist
Frankfurt +49 69 27 222 65154
Sebastian.Franke@ing.de

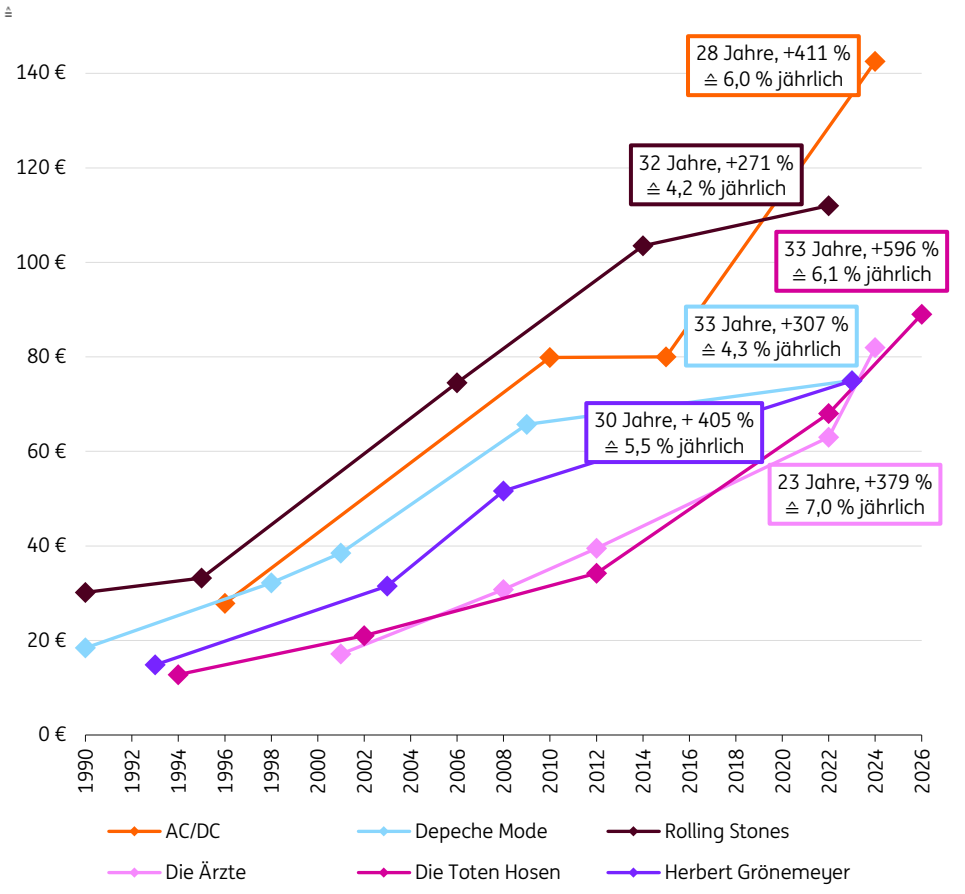
Konkrete Beispiele zeigen deutlich höhere Teuerungsraten

Der Versuch, das Bauchgefühl deutlich höherer Steigerungsraten bei den Konzertpreisen bekannter Künstler datenmäßig greifbar zu machen, gestaltet sich allerdings schwierig.

Die Preise einzelner Konzerte werden kaum systematisch erfasst; verfügbare Quellen sind von unterschiedlicher Qualität und lassen nicht immer einen belastbaren Rückschluss auf die jeweilige Ticketkategorie oder beinhaltete Gebühren zu. Vergleichbarkeit ist auch in anderer Hinsicht ein Thema: Manch heutiger Weltstar war in den 1990er Jahren noch völlig unbekannt oder womöglich noch nicht einmal geboren.

Unter der Maßgabe zumindest annähernd vergleichbarer Ticketkategorien, nicht übermäßig großer zeitlicher Abstände zwischen den Tourneen und einer durchgängig hohen Popularität während des Betrachtungszeitraums landet unsere anekdotische Preisübersicht schließlich bei drei deutschen und drei internationalen Acts. Sie ist damit natürlich kein repräsentativer Konzertpreisindex, macht die Größenordnung der Entwicklung aber anschaulich.

Abb. 2 Entwicklung der Preise für Konzerte ausgewählter Künstler in Deutschland



Quelle: Rock in Berlin, Rolling Stone, Metal1, nau.ch, ING-Berechnungen

Seit den 1990er bzw. den frühen 2000er Jahren sind die Preise auf das nicht ganz Vier- bis annähernd Siebenfache angestiegen. Von 59 DM im Jahr 1990 stieg der betrachtete Preis für ein Konzertticket der Rolling Stones auf 112 Euro im Jahr 2022. Rein rechnerisch entspricht das einer Teuerungsrate von 4,2 Prozent pro Jahr. Bei den Toten Hosen erhöhte er sich von 25 DM im Jahr 1994 auf 89 Euro im Jahr 2026 – entsprechend einer jährlichen Rate von 6,1 Prozent.

Auch die übrigen Beispiele liegen klar oberhalb der allgemeinen Teuerung. Depeche Mode kommen auf 4,3 Prozent pro Jahr, Herbert Grönemeyer auf 5,5 Prozent, AC/DC auf 6,0 Prozent und Die Ärzte gar auf 7,0 Prozent. Noch einmal zum Vergleich: Der Verbraucherpreisindex legte von 1991 bis 2025 im Jahresdurchschnitt um 2,0 Prozent zu. Für Freizeit- und Kulturdienstleistungen waren es 2,5 Prozent. Hätte sich ein Ticketpreis lediglich im Tempo der allgemeinen Inflation entwickelt, wäre er heute also erheblich niedriger.

Was macht Konzerte so teuer?

Es gibt eine Reihe von branchenspezifischen Faktoren, die dafür sorgen, dass die Teuerung bei den betrachteten Konzerten deutlich höher ausfällt als generell im Bereich der Freizeit- und Kulturdienstleistungen. Der vielleicht wichtigste ist der Wandel des Geschäftsmodells. In der Ära von Schallplatte und CD war die Tournee nicht nur Einnahmequelle, sondern auch Werbung für den Verkauf von Tonträgern. Streaming hat Musik jederzeit und zu sehr niedrigen Grenzkosten verfügbar gemacht. Für Musiker sind dadurch zwar neue Reichweiten entstanden, die Einnahmen je Abruf fallen jedoch vergleichsweise gering aus und verteilen sich zudem auf Plattformen, Labels und Rechteinhaber. Das knappe Gut ist nicht mehr die Aufnahme, sondern die persönliche Anwesenheit des Stars. Verkauft wird das einmalige Live-Erlebnis – und damit etwas, das sich nicht beliebig kopieren lässt.

Zugleich steht einer sehr großen Nachfrage ein begrenztes Angebot gegenüber. Auch ein Weltstar kann nur eine bestimmte Zahl von Abenden spielen und selbst die größten Stadien haben endlich viele Plätze. Bei etablierten Acts kommt hinzu, dass ihr Publikum über die Jahrzehnte mitgewachsen ist und heute häufig über ein höheres Einkommen verfügt als zu Beginn der Karriere. Nostalgie, Gemeinschaftserlebnis und die Sorge, es könne die letzte Tournee sein, erhöhen die Zahlungsbereitschaft zusätzlich. So entsteht bei besonders begehrten Terminen eine Knappheitsrente, die im Zeitalter sozialer Medien und globaler Fan-Communities noch leichter mobilisiert werden kann.

Teurer geworden ist außerdem die Produktion. Große Tourneen sind Logistikunternehmen auf Zeit: Bühnen, Licht- und Tontechnik, Bildschirme, Spezialeffekte, Transport, Energie, Sicherheit, Versicherungen, Hallenmieten und eine große Zahl von Beschäftigten müssen finanziert werden. Nach der Corona-Pandemie kamen zeitweise Engpässe bei Personal und Material hinzu. Und weil Einnahmen aus Tonträgern an Bedeutung verloren haben, sollen Tourneen oft einen größeren Teil der gesamten Künstlerökonomie tragen – einschließlich Management, Proben und der Zeiten zwischen den Auftritten.

Die Preisübersicht dürfte den tatsächlichen Anstieg der durchschnittlich gezahlten Eintrittspreise dabei eher unterschätzen. Berücksichtigt wurden Festpreise. Der moderne Ticketmarkt differenziert jedoch immer stärker nach Platz, Zeitpunkt und Käufer. Beim Dynamic Pricing steigt der Preis, wenn die Nachfrage hoch ist; VIP-Pakete kombinieren gute Plätze mit frühem Einlass, Merchandising oder einem Treffen mit dem Künstler. Premiumbereiche, „Platinum Tickets“ und gestaffelte Vorverkaufsphasen verfolgen dasselbe Ziel: Ein größerer Teil der individuellen Zahlungsbereitschaft soll beim Veranstalter und beim Künstler landen, statt später auf dem Zweitmarkt abgeschöpft zu werden.

Ökonomisch ist das nachvollziehbar, aus Sicht der Fans aber nicht unproblematisch. Wer bei Verkaufsstart einen anderen Preis sieht als wenige Minuten später, empfindet das schnell als unfair. Hinzu kommen Gebühren, die den zunächst beworbenen Betrag erhöhen. Gerade bei großen Konzerten dürfte der Durchschnittserlös je Besucher deshalb in jüngerer Vergangenheit stärker gestiegen sein, als eine Reihe ausgewählter Festpreise erkennen lässt. Setzt sich die Segmentierung fort, gilt dies erst recht für die Zukunft. Der günstigste Platz kann relativ erschwinglich bleiben, während besonders zahlungsbereite Fans einen immer größeren Aufschlag entrichten.

Konzerte sind ein gut sichtbares Beispiel für grundlegendere Entwicklungen

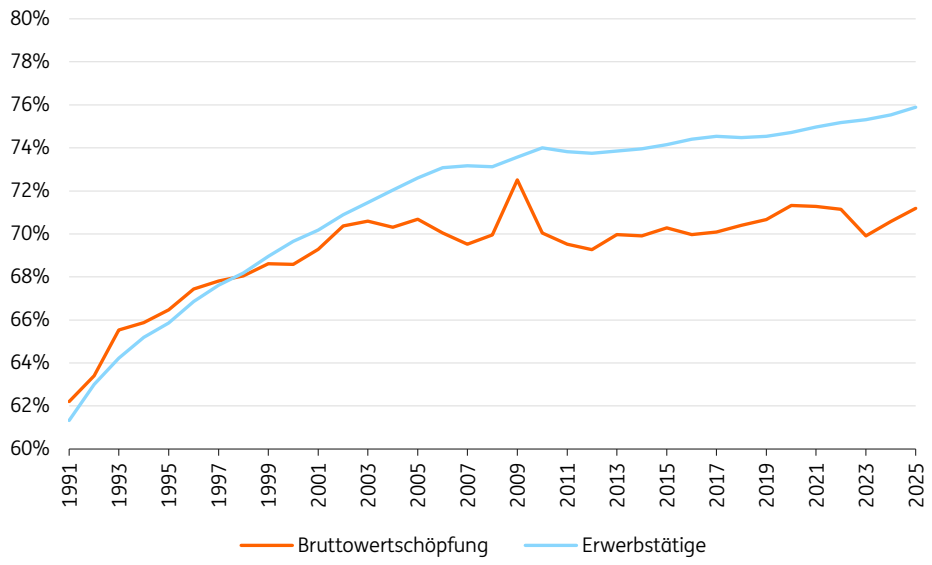
Doch die Konzertpreisinflation ist nicht nur eine Geschichte von Streaming, Stars und Marktmacht. Hinter ihr steht auch ein grundlegender Mechanismus, den William J. Baumol und William G. Bowen in den 1960er-Jahren anhand der darstellenden Künste beschrieben. Ihr berühmtes Beispiel stammt ebenfalls aus dem Konzertsaal – wenn auch aus der klassischen Musik. Für ein Streichquartett von Beethoven braucht man heute

ebenso vier Musiker und ungefähr die gleiche Zeit wie vor 200 Jahren. Die Produktivität lässt sich nicht verdoppeln, indem die Besetzung halbiert wird oder die Musiker doppelt so schnell spielen. Das Werk wäre ein anderes oder schlicht ungenießbar.

In produktiveren Teilen der Wirtschaft sieht es anders aus. Eine Fabrik kann mit besseren Maschinen je Arbeitsstunde mehr herstellen, Software automatisiert Abläufe und digitale Güter lassen sich nahezu kostenlos vervielfältigen. Diese Produktivitätsfortschritte ermöglichen höhere Löhne, ohne dass die Preise im selben Umfang steigen müssen. Theater, Orchester, Pflege, Gastgewerbe oder Unterricht müssen bei den Löhnen jedoch mithalten, wenn sie Personal gewinnen und halten wollen. Da ihre Produktivität langsamer wächst, nimmt der Personalaufwand je erbrachter Leistung zu. Dieser relative Kostenanstieg ist als Baumols Kostenkrankheit bekannt.

„Krankheit" ist dabei ein zugespitzter Begriff. Der Mechanismus muss weder Ineffizienz noch wirtschaftliches Versagen bedeuten. Im Gegenteil: Gerade weil andere Branchen produktiver und die Gesellschaft insgesamt wohlhabender werden, können die Löhne auch in jenen Tätigkeiten steigen, in denen menschliche Zeit kaum ersetzbar ist. Die Folge ist jedoch eine Verschiebung der relativen Preise. Dienstleistungen werden gegenüber industriell gefertigten Waren teurer und mit wachsendem Wohlstand fließt ein immer größerer Teil der Ausgaben in Arbeit, die persönlich, zeitgleich und häufig vor Ort erbracht werden muss.

Abb. 3 Anteil des Dienstleistungssektors an Bruttowertschöpfung und Anzahl der Erwerbstätigen



Quelle: Statistisches Bundesamt, ING-Berechnungen

Auch für die Wirtschaft insgesamt hat das Konsequenzen. Wenn Gesundheit, Pflege, Bildung, Kultur oder öffentliche Verwaltung einen steigenden Anteil der Wertschöpfung ausmachen, kann sich das gesamtwirtschaftliche Produktivitätswachstum verlangsamen. Haushalte müssen einen größeren Anteil ihres Budgets für Dienstleistungen aufbringen; der Staat steht bei personalintensiven Angeboten vor dauerhaftem Finanzierungsdruck. Die naheliegende Antwort kann nicht überall Automatisierung heißen. Ein kürzeres Konzert, eine halbierte Unterrichtsstunde oder weniger Pflegezeit wären zwar rechnerisch produktiver, häufig aber qualitativ schlechter. Technischer Fortschritt kann Organisation, Vertrieb und Verwaltung erleichtern – das Kernerlebnis bleibt personalintensiv.

Konzerte verbinden beide Welten besonders anschaulich. Moderne Ton- und Bühnentechnik erfüllt höhere Ansprüche an die Show, während die Zahl der Auftritte eines Acts begrenzt bleibt. Der technische Fortschritt ersetzt die zentrale Leistung nicht, sondern wertet

sie auf. Das Publikum bezahlt gerade dafür, dass bestimmte Menschen zu einer bestimmten Zeit am selben Ort auftreten – bei diesem Produkt lässt sich menschliche Arbeit nur begrenzt rationalisieren.

Damit führt der Blick auf Konzertkarten zurück zur allgemeinen Inflationsdebatte. Vor dem erneuten Inflationsschub infolge des aktuellen Kriegs am Persischen Golf, der vor allem die Energiepreise nach oben getrieben hat, war die Teuerung auf dem Rückzug. Schon damals erwies sich jedoch die Inflation im Dienstleistungsbereich als deutlich hartnäckiger als bei Waren. Das ist kein Zufall: Dienstleistungskosten hängen stärker von Löhnen ab, Löhne reagieren mit Verzögerung auf frühere Preisschübe und Produktivitätsfortschritte können den Kostendruck vielerorts nur teilweise auffangen.

Die Europäische Zentralbank richtet ihren Blick deshalb nicht umsonst besonders auf Löhne. Entscheidend ist nicht jeder kräftige Tarifabschluss für sich, sondern das Zusammenspiel von Lohnwachstum, Produktivität und Unternehmensmargen. Steigen die Löhne dauerhaft schneller als die Produktivität, nimmt der Preisdruck vor allem bei personalintensiven Dienstleistungen zu. Konzerttickets sind dafür kein isoliertes Beispiel – aber ein besonders publikumswirksames.

Disclaimer / wichtige rechtliche Hinweise

Diese Veröffentlichung wurde von der volkswirtschaftlichen Abteilung der ING Deutschland („ING“) zu reinen Informationszwecken erstellt, ohne Berücksichtigung von Anlagezielen, finanzieller Situation oder Mitteln einzelner Nutzer/Leser. Die Informationen in dieser Veröffentlichung stellen weder eine Anlageempfehlung noch eine Anlage-, Rechts- oder Steuerberatung oder ein Angebot oder eine Aufforderung zur Abgabe eines Angebots zum Kauf oder Verkauf eines Finanzinstruments dar. Mit angemessener Sorgfalt wurde darauf geachtet, dass die Angaben in dieser Veröffentlichung nicht unzutreffend oder irreführend sind; ING gewährleistet nicht ihre Genauigkeit oder Vollständigkeit. ING haftet nicht für Schäden, die direkt, indirekt oder mittelbar aus der Nutzung dieser Veröffentlichung entstehen. Wenn nicht anders angegeben, sind alle Ansichten, Voraussagen oder Einschätzungen allein die des Autors oder der Autoren zum Zeitpunkt der Veröffentlichung und können sich ohne Ankündigung ändern

Die Verbreitung dieser Veröffentlichung kann durch Gesetz oder Verordnung in verschiedenen Rechtsordnungen eingeschränkt werden. Wer in den Besitz dieser Veröffentlichung gelangt, sollte sich über derartige Einschränkungen informieren und diese beachten.

Der Inhalt dieser Veröffentlichung und der zugrunde liegende Datenbestand sind urheberrechtlich geschützt. Wiedergabe, Vertrieb oder Veröffentlichung sind nur mit ausdrücklicher Genehmigung der ING gestattet. Alle Rechte sind vorbehalten. Die ING Deutschland wird von der Europäischen Zentralbank (EZB) und der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) beaufsichtigt. Die ING Deutschland hat ihren Sitz in Frankfurt am Main und ist eingetragen im Handelsregister des Amtsgerichts Frankfurt am Main unter der Registernummer HRB 7727.