

Dirigenten der Erlebnisgesellschaft

Berufsfeld Eventmanagement:
Rahmenbedingungen, Kompetenzen und
Perspektiven



Eine qualitative Studie im Kontext des freizeitwissenschaftlichen
Studienangebots der Hochschule Bremen

Renate Freericks
Dieter Brinkmann
Heike Theile
Johanna Woitassek
Juliane Neumann

Bremen 2008

IFKA-Dokumentation

Institut für Freizeitwissenschaft und Kulturarbeit (IFKA) e.V.
an der Hochschule Bremen
Neustadtswall 30
28199 Bremen
Internet: www.ifka.de

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detail-
lierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.de> abrufbar.

ISBN 978-3-926499-72-1

Hochschule Bremen: Qualitative Studie für den Internationalen Studiengang Angewandte Freizeitwissen-
schaft (2008), online verfügbar über die Staats- und Universitätsbibliothek Bremen (Open Access 2024).

Bearbeitung: Dr. Dieter Brinkman, Annika Schäfer

Titelbild: Abigail Lynn/Unsplash

© Institut für Freizeitwissenschaft und Kulturarbeit e.V.
Bremen 2024 - Rechte vorbehalten

Vorwort

Fragt man die aktuell Studierenden der Freizeitwissenschaft nach ihren Berufswünschen, fällt vielen die Antwort leicht: Eventmanagerin bzw. Eventmanager. Sie sehen sich als „Dirigentinnen“ und „Dirigenten“ der entwickelten Erlebnisgesellschaft mit vielen Möglichkeiten der kreativen Gestaltung von singulären und bewegenden Ereignissen. Nicht von ungefähr gehört die Veranstaltung „Eventmanagement“ im Internationalen Studiengang Angewandte Freizeitwissenschaft zu den beliebtesten Modulen des Studienprogramms.

Vor über 15 Jahren haben wir versucht, durch qualitative Forschung das Berufsfeld Eventmanagement zu erkunden und daraus Schlüsse für die Anpassung des Curriculums im noch gar nicht so alten BA-Studiengang zu ziehen. Das Berufsfeld Eventmanagement war zuvor schon im Blick des alten Diplomstudiengangs, aber die Dynamik des Eventsektors hat sich erst nach dem Jahr 2000 richtig entfaltet. Daher gab es am Ende der Analyse Handlungsempfehlungen für den Studiengang an der Hochschule Bremen, von denen einige in die Neuformulierung der Modulbeschreibungen eingegangen sind.

Ist es noch sinnvoll, diese interne Studie zu publizieren? Wir denken ja. Viele technische Gegebenheiten haben sich sicher im Laufe der Zeit verändert. Allein die Digitalisierung im Eventbereich wäre eine neue Berufsfeldstudie wert. Andere Aspekte, beispielsweise das naheliegende persönliche Kompetenzprofil (Belastbarkeit und Liebe zum Beruf), erscheinen auch heute noch aktuell. Die qualitative Studie mit 22 Interviews als Grundlage eröffnet durch die kategorienbasierte Auswertung nach wie vor einen guten Einblick in den Alltag der Akteur:innen mit schönen und anstrengenden Seiten und zeigt die Anforderungen für Berufseinsteiger:innen.

Wir hoffen, dass die redaktionell bearbeitete Open-Access-Publikation des Projektberichts über die Staats- und Universitätsbibliothek Bremen zur Diskussion über das Berufsfeld Freizeit, seine Entwicklung und eine angemessene Würdigung beiträgt. Wir danken auch an dieser Stelle noch einmal allen beteiligten Gesprächspartner:innen und wünschen allen Leserinnen und Lesern eine anregende Lektüre.

Renate Freericks und Dieter Brinkmann

Bremen im Oktober 2024

Inhalt

Vorwort	3
1 Einleitung.....	7
2 Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse.....	8
3 Gegenstand, Ziel und Untersuchungsdesign.....	11
3.1 Gegenstand: Berufsfeld Eventmanagement	11
3.1.1 Eventisierung der Freizeit.....	11
3.1.2 Lücken in der Berufsfeldforschung	11
3.2 Zielsetzung und Fragestellungen	11
3.2.1 Aktuelle Bestandsaufnahme.....	11
3.2.2 Anregungen für Studienangebote und Beratung	12
3.3 Untersuchungsdesign	12
3.4 Aufbereitung und Darstellung der Interviews	13
3.5 Repräsentativität und Validität.....	13
4 Rahmenbedingungen	14
4.1 Beschäftigungsverhältnisse	14
4.1.1 Festanstellung: Agenturen und Eventabteilungen	14
4.1.2 Selbständige Tätigkeit im Eventsektor.....	15
4.2 Dauer der Beschäftigungsverhältnisse	15
4.3 Art des Veranstalters.....	15
4.4 Die Aufgaben eines Eventmanagers.....	16
4.4.1 Übergreifende Aufgaben/Alltägliches.....	16
4.4.2 Phase 1: Kundengewinnung.....	17
4.4.3 Phase 2: die Vorbereitung	17
4.4.4 Phase 3: die Durchführung	19
4.4.5 Phase 4: Nachbereitung	19
5 Motivation und Arbeitsumfeld	21
5.1 Gründe für die Berufswahl.....	21
5.1.1 Zufälliger Quereinstieg und gezielte Berufswahl	21
5.1.2 Identifikation mit dem Produkt: Raum für schöne und friedliche Momente	22
5.2 Die positiven Seiten der Tätigkeit als Eventmanager.....	23
5.2.1 Vielfältigkeit und Abwechslung.....	23
5.2.2 Vernetztes Denken	23
5.2.3 Ausleben der Kreativität.....	24
5.2.4 Externe Kommunikation und Kontakte	24
5.2.5 Direktes Feedback zur Veranstaltung	25
5.2.6 Herausforderung und Suche nach dem Nervenkitzel	26
5.2.7 Zeitliche Flexibilität und Selbständigkeit.....	26
5.2.8 Zwischenfazit.....	27
5.3 Anforderungen und berufliche Belastungen.....	27
5.3.1 Ungünstige, flexible Arbeitszeiten.....	27
5.3.1.1 Wenig Zeit für Privates.....	28
5.3.2 Fehlende Erwerbssicherheit durch Einkommensunregelmäßigkeit	29
5.3.2.1 Hoher Akquiseaufwand und zunehmender Konkurrenzdruck.....	30
5.3.2.2 Finanzielle Begrenzungen trotz hoher Ansprüche	30
5.4 Umgang mit Anforderungen und Belastungen des beruflichen Alltags.....	31
5.4.1 Intensives Nutzen von Zeiträumen	31
5.4.2 Zusammenhalt im Team und Rückhalt durch Andere.....	32
5.4.3 Probleme als Herausforderungen meistern.....	33
5.4.4 Reduktion der laufenden Kosten und persönlichen Ansprüche	33

5.5 Zufriedenheit mit der Berufswahl	33
5.6 Kurzzusammenfassung und Zwischenfazit	34
6 Kompetenzen und Qualifizierung	35
6.1 Gliederung des Kompetenzprofils	35
6.2 Kernbereich: individuelles Profil	35
6.2.1 Emotionale Dimension	36
6.2.2 Kognitive Dimension	36
6.3 Managementbereich	37
6.3.1 Leitungskompetenzen	38
6.3.1.1 Generalwissen und Überblick	38
6.3.1.2 Steuern als Kernkompetenz	39
6.3.1.3 Steuerung von Großevents	39
6.3.1.4 Führen und Entscheiden	40
6.3.1.5 Budgetkontrolle als „Gefühl für Zahlen“	41
6.3.1.6 Anpacken	41
6.3.2 Kompetenzen im Bereich Organisation/Planung.....	42
6.3.2.1 Projektarbeit und Teamarbeit.....	42
6.3.2.2 Koordination als Bürojob	43
6.3.2.3 Organisation und Improvisation.....	43
6.3.3 Kommunikative Kompetenzen.....	43
6.3.3.1 Teamfähigkeit und Kommunikationsfreude	43
6.3.3.2 Öffentliche Kommunikation	44
6.3.3.3 Fremdsprachenkenntnisse	45
6.3.3.4 Kontakte und Netzwerke	45
6.4 Wissensbereich	45
6.4.1 Wirtschaft	46
6.4.2 Recht.....	47
6.4.3 Technik.....	47
6.4.4 Computersysteme	48
6.4.5 Szenekenntnis	49
6.4.6 Eventdidaktik.....	50
6.4.7 Generalisten mit Multiwissen	51
6.5 Metaphernmodell der Kompetenzen.....	52
6.6 Zwischenbilanz	53
6.7 Eigene Qualifikation, Ausbildung und Vorbereitung	54
6.7.1 Ausbildung und Studium	54
6.7.2 Quereinstieg als Auslaufmodell.....	54
6.7.3 Informelles Lernen im Rahmen von Studium und Freizeit	55
6.7.4 Informelles Lernen in der Praxis.....	55
6.7.4.1 „Learning by doing“	56
6.7.4.2 Mentor	56
6.7.5 Fortbildung.....	57
7 Persönliche Perspektive.....	58
7.1 Veranstaltungsorganisation als Einstieg in das Berufsleben.....	58
7.2 Eventmanagement als Lebensaufgabe	58
7.3 Hoffnung auf Beständigkeit und Wachstum.....	59
7.4 Spezialisierung und qualitative Marktsicherung	59
7.5 Freiraum für kreatives Eigenengagement	60
7.6 Zwischenfazit	61
8 Perspektiven des Berufsfelds Eventmanagement	62
8.1 Allgemeine Berufsfeldentwicklung	62
8.1.1 Positive Grundeinschätzung	62
8.1.2 Spezialisierung von Eventveranstaltern	62
8.1.3 Wachsende Konkurrenz in Teilbereichen.....	63
8.1.4 Mehr Bewerber auf dem Event-Arbeitsmarkt.....	63

8.1.5 Professionalisierung des Non-Profit-Bereichs	64
8.2 Entwicklung von Beschäftigungsstrukturen	64
8.2.1 Unterschiedliche Beschäftigungsstrukturen	65
8.2.2 Anforderungen an die Mobilität	66
8.2.3 Steigendes Qualifikationsniveau und Generationswechsel	67
8.3 Potenziale für Hochschulabsolventen	67
8.4 Veränderte Anforderungen und Trends	69
8.4.1 Stabilisierung des Eventsektors in einer entwickelten Freizeitlandschaft ..	69
8.4.2 Modischer Wandel von Inszenierungen	70
8.4.3 Erfahrungen mit Erlebnis-Szenarien.....	71
8.4.4 Umbruch im Musikgeschäft und Stellenwert der Live-Konzerte	71
8.4.5 Verschiebung des Aufgabenspektrums	72
8.4.6 Sensibilität für das gesellschaftliche Umfeld	72
8.4.7 Demographischer Wandel.....	73
8.4.8 Wandel der Veranstaltungs- und Kommunikationstechnik.....	74
8.4.9 Veränderung der Rahmenbedingungen.....	74
8.4.9.1 Rechtliche Rahmenbedingungen	74
8.4.9.2 Kommerzielle Rahmenbedingungen	75
8.5 Zwischenbilanz	75
9 Demographische Angaben	76
9.1 Geschlecht und Alter	76
9.2 Familienstand und Kinder.....	77
9.3 Bildungsabschluss	77
9.4 Beschäftigungsverhältnis und Dauer der Tätigkeit	78
10 Folgerungen für den Studiengang Freizeitwissenschaft	79
11 Literatur.....	80
12 Anhang	81
12.1 Übersicht: Interviews im Rahmen der Studie	81
12.2 Frageleitfaden für die Interviews	82

1 Einleitung

Seit 1998 gibt es an der Hochschule Bremen den „Internationalen Studiengang Angewandte Freizeitwissenschaft“. Er wurde begonnen als Diplomstudiengang mit 30 Studierenden und einem Lehrangebot in den Feldern Pädagogik der Freizeit, Freizeitmanagement und ökologische Auswirkungen von Freizeit und Tourismus. Inzwischen hat sich der gesamte Bereich an der Hochschule Bremen zu einem deutschlandweit einmaligen Kompetenzzentrum für Freizeit und Tourismus entwickelt. Neben den akkreditierten Bachelorstudiengängen Freizeitwissenschaft und Tourismusmanagement ist ein übergreifender konsekutiver Masterstudiengang „Leisure and Tourism“ in Planung (Start 2009) und jedes Jahr werden mehr als 120 neue Studierende in den grundlegenden Studienangeboten aufgenommen.

Ein großer Teil dieser Studierenden interessiert sich heute für den Bereich des Eventmanagements. Nach Umfragen unter den Erstsemestern im Internationalen Studiengang Angewandte Freizeitwissenschaft können sich mehr als 50 % der Studienanfänger eine Tätigkeit in der Veranstaltungsorganisation gut vorstellen und planen für sich eine Berufsperspektive als „Dirigenten der Erlebnisgesellschaft“. Auch im Tourismussektor macht sich eine „Eventisierung“ der Gesellschaft bemerkbar. Kulturtourismus und Städtetourismus sind Wachstumsbereiche, die angesichts des demographischen Wandels noch weiter an Bedeutung gewinnen könnten.

In diesem Zusammenhang stellt sich die Frage, wie das Lehrangebot im Bereich der Freizeitwissenschaft mit den aktuellen Entwicklungen des Berufsfelds Eventmanagement Schritt halten kann. Sind die Absolventen gut vorbereitet für eine Tätigkeit in Eventagenturen oder bei Konzerthallen? Welche Kompetenzen und Qualifikationen werden dort aktuell gefordert? Zu fragen ist auch, ob die Hoffnungen der Studierenden auf einen Arbeitsplatz im Eventgeschäft eigentlich berechtigt sind, und welche Perspektiven der Eventsektor Hochschulabsolventen zu bieten hat.

Um diese Fragen anzugehen und Anregungen für eine Weiterentwicklung von Studienangeboten und Studienstrukturen zu gewinnen, wurde mit Unterstützung der Hochschule Bremen diese Pilotstudie gestartet. Sie wurde realisiert durch das Institut für Freizeitwissenschaft und Kulturarbeit an der Hochschule Bremen. Die Basis sind wenige, dafür aber intensive qualitative Interviews mit 22 Eventmanagern und Eventmanagerinnen aus dem norddeutschen Raum. Die Ergebnisse zeigen sehr eindrucksvoll die geforderten Kompetenzen auf unterschiedlichen Ebenen und geben trotz der möglichen Konkurrenz mit anderen Berufsausbildungen Anlass zu vorsichtigem Optimismus. Eine freizeitspezifische Hochschulqualifikation mit einem hohen Praxisanteil ist eine gute Voraussetzung für den Einstieg in den Eventsektor. Dies schließt eine laufende Anpassung und Optimierung von Studienangeboten nicht aus. Hierfür bietet die Untersuchung fundierte Anregungen.

Für die Unterstützung der Studie durch die Hochschule Bremen bedanken wir uns sehr. Allen beteiligten Eventmanagern und Eventmanagerinnen danken wir für die Mitwirkung an der Befragung.

Bremen im Februar 2008
Prof. Dr. Renate Freericks

2 Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse

Qualität, Potenzial und Trend

Ziel der qualitativen Studie zum Berufsfeld Eventmanagement war es, eine aktuelle Bestandsaufnahme zu den Rahmenbedingungen, Kompetenzen und Perspektiven zu erstellen. Sie ist entstanden im Kontext des freizeitwissenschaftlichen Studienangebots an der Hochschule Bremen und soll zu einer Qualifizierung der Lehre und der Studienberatung beitragen. Die Anforderungen an die Kompetenz der Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen (Qualität), die Potenziale für Hochschulabsolventen und die Perspektiven des Berufsfeldes Eventmanagement (Trend) standen im Mittelpunkt.

Aktuelle qualitative Bestandsaufnahme

Durchgeführt wurde die Untersuchung vom Institut für Freizeitwissenschaft und Kulturarbeit an der Hochschule Bremen. Einbezogen in die qualitative Untersuchung wurden insgesamt 22 Eventmanager und Eventmanagerinnen aus dem norddeutschen Raum. Mit den Beschäftigten wurden persönliche bzw. telefonische Leitfaden-Interviews geführt. Diese wurden transkribiert und durch eine thematische Analyse erschlossen und aufbereitet. Die Ergebnisse sind in diesem Projektbericht zusammengefasst.

Beschäftigung in Agenturen und Eventabteilungen

Die Untersuchung der Rahmenbedingungen lässt typische Strukturen des Berufsfeldes Eventmanagement erkennen. Eine Beschäftigung erscheint möglich in kleineren und größeren Eventagenturen und in Eventabteilungen von Freizeitunternehmen wie Veranstaltungskomplexen oder Freizeit-Erlebniswelten. Hinzu kommen Marketingabteilungen in Industrieunternehmen und größere Non-Profit-Organisationen. Eventmanagement erweist sich dabei als ein Berufsfeld mit vielfältigen Facetten. Fast immer geht es aber um die Planung, Durchführung und Vermarktung von besonderen Veranstaltungen in den Bereichen Kultur, Medien, Sport und Firmenaktivitäten. Unterschiedliche Phasen des Eventmanagements (Kundengewinnung, Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung) bestimmen die konkreten Tätigkeiten.

Festangestellte und Selbständige

Erkennbar ist: Ein Teil der Eventmanager und Eventmanagerinnen arbeitet als Festangestellte, zum Beispiel in einer größeren Eventagentur oder bei einem Freizeitunternehmen, ein anderer Teil ist selbständig tätig und bedient mit seinem Dienstleistungsangebot ein spezielles Gebiet oder einen Themenbereich des Eventsektors.

Vom Quereinstieg zur gezielten Berufsausbildung

Typisch für viele ältere Interviewpartner mit langer Berufstätigkeit im Eventsektor ist offenbar ein Quereinstieg in das Feld Eventmanagement. Es zeichnet sich aber ein Wechsel hin zu spezifischen Berufsausbildungen und einem praxisnäher ausgerichteten Hochschulstudium ab.

Hohe Identifikation mit dem Beruf

Eventmanager und Eventmanagerinnen identifizieren sich in der Regel sehr stark mit den schönen Seiten ihres Berufsfelds. Sie betonen die Vielseitigkeit ihrer Tätigkeit, die Abwechslung und die fordernde Interdisziplinarität ihres Berufs. Es ist ein kommunikativer Beruf mit vielen Kontakten zu Kunden, Mitarbeitern, Partnern und Künstlern und einem unmittelbaren Feedback über Erfolg und Misserfolg. Die Dynamik des Eventge-

schehens und damit einhergehende Anforderungen an die persönliche Flexibilität werden zumeist als Herausforderungen angesehen. Die Zufriedenheit mit der Berufswahl ist hoch.

Belastungen: flexible Arbeitszeiten und Existenzunsicherheit

Trotzdem lassen sich auch Belastungen durch die beruflichen Bedingungen feststellen. Arbeiten, wenn die anderen Freizeit haben, gehört mit zu den Grundbedingungen des Eventsektors. Damit einher gehen können hohe Anforderungen an die zeitliche Flexibilität und die räumliche Mobilität der Beschäftigten mit negativen Folgen für private Kontakte und familiäre Bindungen. Für einzelne (z.B. kleine Selbständige) können Existenzunsicherheit und fehlende Planungssicherheit hinzukommen. Insgesamt gelingt es den meisten befragten Eventmanagern und Eventmanagerinnen jedoch diese Belastungen durch positive Erfolgserlebnisse, Bedürfnisseinschränkung oder Umwertung von Stress in Herausforderungen zu kompensieren.

Kompetenzmodell mit drei Ebenen

In den Interviews zeigt sich ein Kompetenzspektrum mit drei Ebenen. Herausgearbeitet werden kann ein persönliches Profil mit emotionalen und kognitiven Dimensionen. Begeisterung, Stressfestigkeit, sowie Struktur und Flexibilität im Denken und Handeln sind hierfür kennzeichnende Begriffe. Auf einer zweiten Ebene lassen sich Managementkompetenzen in den Bereichen Leitung, Organisation/Planung und Kommunikation beschreiben. Das „Steuern“ von Events lässt sich dabei als ein Schwerpunkt ausmachen. Eine dritte Ebene umfasst sechs Felder des eventbezogenen Fachwissens: Wirtschaft, Recht, Technik, Computersysteme, Szenekenntnis und Eventdidaktik.

Dirigentin oder Steuermann

Je nach Position im Betrieb ergeben sich unterschiedliche berufliche Rollen für Eventmanager und Eventmanagerinnen zwischen den Polen Organisation und visionärer, schöpferischer Gestaltung. Teilweise werden diese Rollen von den Akteuren selbst mit Metaphern beschrieben. Untergeordnete Rollen können als Eventhelfer bezeichnet werden. Mit etwas größerem Gestaltungsspielraum ausgestattet sind „Organisator“ oder „Umsetzer“. Typisch erscheint vielen Eventmanagern und Eventmanagerinnen in leitender Position ihre Rolle als „Steuermann“ für große Ereignisse und Abläufe. Noch eine etwas stärkere kreative Komponente haben die Metaphern „Dirigent“, „Vermittler“ und „Schöpfer“ von Erlebnisräumen.

Berufseinstieg, Stabilisierung und Entfaltungsmöglichkeiten

Die persönlichen Perspektiven der befragten Eventmanager und Eventmanagerinnen werden bestimmt durch Hoffnungen auf einen gelingenden Berufseinstieg, auf eine Stabilisierung der eigenen beruflichen Existenz und die Nutzung von kreativen Entfaltungsmöglichkeiten im Berufsfeld. Zukunftschancen ergeben sich durch eine günstige Entwicklung von Rahmenbedingungen (wachsender Freizeit-Erlebnisbereich) und durch einen geschickten Umgang mit Konkurrenz und Wettbewerb im Eventsektor.

Positive Grundeinschätzung zur Berufsfeldentwicklung

Insgesamt gibt es eine positive Grundeinschätzung zur Berufsfeldentwicklung. Es ist ein Wachstumssektor in einer weiter expandierenden Freizeitwirtschaft. Allerdings kennzeichnen auch eine notwendige Spezialisierung, Konzentrationsprozesse und ein steigender Wettbewerb das Berufsfeld. Die Attraktivität für Bewerber und Bewerberinnen lässt das Feld zu einem „Modeberuf“ werden.

Veränderung durch gesellschaftliche Trends und neue Anforderungen

Der Eventsektor weist eine hohe Dynamik auf und verändert sich im Zuge gesellschaftlicher Trends und neuer rechtlicher und organisatorischer Anforderungen. Genannt wird der demographische Wandel, der zu einer stärkeren Nachfrage nach Komfort bei Veranstaltungen und zu anderen Schwerpunktthemen führen könnte. Aber auch der Umbruch in der Musikindustrie (Vertrieb über das Internet) und die Innovationen in der Kommunikations- und Veranstaltungstechnik verändern das Berufsfeld und seine Anforderungen in starkem Maße. Lebenslanges Lernen scheint hier, wie in anderen Berufsbereichen, stark gefordert.

Relativ gute Aussichten für Hochschulabsolventen

Potenziale für Hochschulabsolventen im Eventsektor sind nach Einschätzung vieler Interviewpartner durchaus gegeben. Allerdings fehlt ihnen ein großes Stück praktisches Erfahrungswissen. Mit einer spezifischeren Ausrichtung und einer konsequenten Verknüpfung von Theorie und Praxis zeichnen sich ganz gute Aussichten für Hochschulabsolventen ab. Etwa die Hälfte der Befragten verfügt selbst über einen Hochschulabschluss. Betont wird aber auch das Hineinarbeiten in den Sektor durch informelles Lernen (Learning by doing) und die Unterstützung durch einen Mentor bzw. eine Mentorin im Betrieb.

Differenzierung des Studienangebots in Teilbereichen

Als eine Konsequenz für das Studienangebot im Internationalen Studiengang Angewandte Freizeitwissenschaft ergibt sich eine notwendige Differenzierung der angebotenen Module. Dies betrifft zum Beispiel die Module Freizeitwirtschaft, Recht und Informatik. Hier sollten für den Eventsektor relevante Wissensaspekte stärker aufgegriffen und behandelt werden. Hinzukommen könnten neue Angebote im Bereich der Veranstaltungstechnik oder der Eventdidaktik.

Hochschulstudium als Event

Ein anderer wichtiger Gesichtspunkt ist die Vermittlung von Handlungskompetenzen für das Management von Events (Leitung, Organisation, Kommunikation). Hier könnte noch stärker exemplarisch und projektorientiert gearbeitet werden. Ziel wäre es, modellhaft Handlungssituationen aus dem Eventmanagement in die Lehre einzubauen, sie selbst „eventhafter“ werden zu lassen. Die Bedeutung von praktischen Erfahrungen wird zudem von allen Gesprächspartnern stark betont. Bei der Organisation von Praxiskontakten ist dem Eventsektor eine noch stärkere Aufmerksamkeit zu schenken. Das Modul „Learners' Company“, aber auch andere anwendungsorientierte Angebote sollten hierfür genutzt werden.

3 Gegenstand, Ziel und Untersuchungsdesign

3.1 Gegenstand: Berufsfeld Eventmanagement

Gegenstand dieser qualitativen Studie ist das Berufsfeld Eventmanagement¹ mit seinen vielfältigen Facetten. Hierbei geht es um die Planung, Durchführung und Vermarktung von besonderen Veranstaltungen in den Bereichen Kultur, Medien, Sport und Firmenaktivitäten.

3.1.1 Eventisierung der Freizeit

Events haben eine wachsende Bedeutung im Rahmen der Freizeitwirtschaft. Die Kultursoziologie stellt eine „Eventisierung“ der Populärkultur in den letzten Jahren fest. Immer mehr Bereiche des öffentlichen Lebens werden von besonderen Inszenierungen geprägt. Events sind veranstaltete Ereignisse im Kontext einer ausdifferenzierten Erlebnisgesellschaft. Bedient werden die geselligen und ästhetischen Bedürfnisse ganz unterschiedlicher Szenen und Lebensstilgruppen. Events sind eine postmoderne Form des Festlichen, und sie vermitteln partielle Zugehörigkeit. Im Rahmen von Eventmarketing werden sie als Medium der Firmenkommunikation eingesetzt und sollen Aufmerksamkeit und Kundenbindung ermöglichen (vgl. Gebhardt 2000; Hepp/Vogelsang 2003).

3.1.2 Lücken in der Berufsfeldforschung

Viele Hochschulabsolventen und Studierende interessieren sich für Eventmanagement. Sie vermuten für sich gute berufliche Chancen in diesen Bereich der Freizeitwirtschaft. Dennoch ist unklar, welche Karrieremöglichkeiten sich hier tatsächlich bieten. Erforderlich sind auch die Abgrenzung zu einer dualen Berufsausbildung zum Verkaufsaufmann/-kauffrau und die Beschreibung von Tätigkeitsstrukturen. Bisher vorliegende Analysen zur Freizeitwirtschaft zeichnen ein zu globales Bild und ermöglichen kaum Rückschlüsse auf die erforderlichen Kompetenzen für einen Berufserfolg (vgl. Opaschowski u.a. 2006). Wichtig ist eine genauere und tiefer gehende Analyse von Berufsfeldstrukturen des Eventsektors.

3.2 Zielsetzung und Fragestellungen

3.2.1 Aktuelle Bestandsaufnahme

Ziel der Studie ist die Erstellung einer aktuellen Bestandsaufnahme zum Berufsfeld Eventmanagement. Ein besonderer Schwerpunkt liegt auf den Perspektiven für Hochschulabsolventen. Das Vorhaben ist dabei in drei Bereiche gegliedert:

Qualität

Welche Tätigkeitsstrukturen lassen sich feststellen?
Welche Anforderungen an die Kompetenzen stellt der Arbeitsmarkt?
Welche Motivation der Beschäftigten ist wichtig für den Berufserfolg?
Wie sehen die beruflich Tätigen Belastungen und individuelle Entwicklungsmöglichkeiten?

¹ Die Studie berücksichtigt Eventmanager und Eventmanagerinnen gleichermaßen. Um dem Text eine bessere Lesbarkeit zu geben, wird die weibliche Form aber zumeist nicht zusätzlich aufgeführt.

Potenzial

Welche Potenziale gibt es für Hochschulabsolventen im Bereich Eventmanagement?
Welche Chancen haben Studierende der angewandten Freizeitwissenschaft?
Wie sehen die beruflich Tätigen ihre Chancen?
Wie können mögliche Potenziale im Bereich Eventmanagement erschlossen werden?

Trend

Wie entwickelt sich das Berufsfeld Eventmanagement?
Welche Einflüsse haben große gesellschaftliche Trends auf das Berufsfeld?
Wie verändern sich die Berufsfeldstrukturen und Beschäftigungsverhältnisse?
Welche Rolle könnte eine aktive Freizeit-Berufsfeldpolitik spielen?

3.2.2 Anregungen für Studienangebote und Beratung

Die Ergebnisse sollen eine praxisbezogene Lehre in den Internationalen Studiengängen Angewandte Freizeitwissenschaft und Tourismusmanagement unterstützen. Sie sollen auch dazu dienen, die Berufsfeldpolitik der Hochschule in einer sich verändernden Dienstleistungsgesellschaft zu stärken und die Beratung von Studienanfängern und Absolventen zu qualifizieren.

3.3 Untersuchungsdesign

Das Untersuchungsdesign stützt sich auf qualitative Erhebungsmethoden. Im Zentrum stand die Erfassung von Tätigkeitsstrukturen und Kompetenzprofilen der Beschäftigten durch leitfadengestützte Interviews.

Berufsfeld-Analyse

Ausgegangen wurde von den Feldern Kultur, Medien, Sport und Firmenaktivitäten. Im Rahmen einer ersten Berufsfeld-Analyse wurden Kontaktpartner für die weiteren Untersuchungsschritte gewonnen. Diese wurden bei Veranstaltungshallen, kleineren und größeren Eventagenturen gefunden. Hinzu kamen Kontakte zu selbständig arbeitenden Eventmanagern und Eventmanagerinnen. Regional lag der Schwerpunkt auf dem norddeutschen Raum.

Qualitative Interviews

Ziel war es, mit insgesamt 30 Beschäftigten qualitative Interviews zu den Tätigkeiten, den Kompetenzanforderungen und zur Motivation zu führen. Die Auswahl sollte das Spektrum der Inhalte (Kultur, Medien, Sport und Firmenaktivitäten) berücksichtigen.

Realisiert werden konnte im Rahmen des Projekts schließlich eine Beteiligung von 22 Eventmanagerinnen und Eventmanagern. Mit 19 Gesprächspartnern wurden persönliche bzw. telefonische Interviews geführt, drei Beteiligte gaben eine schriftliche Rückmeldung auf der Basis des Interviewleitfadens.

Die Interviews umfassten eine Gesprächszeit von bis zu einer Stunde und wurden auf der Grundlage eines Frageleitfadens geführt (s. Anhang). Folgende Themenkomplexe wurden behandelt:

- Formale Rahmenbedingungen für die Tätigkeit als Eventmanager
- Motivation und Arbeitsumfeld (Aufgaben, Belastungen, Zufriedenheit)
- Qualifizierung und Kompetenzen (subjektive Einschätzungen, eigene Aus- und Weiterbildung)

- Perspektiven (persönliche Hoffnungen und allgemeine Entwicklung des Berufsfelds)
- Demographische Angaben der Interviewpartner

Die Interviews wurden aufgezeichnet und anschließend wörtlich transkribiert. Sie bilden die Grundlage für die thematische Analyse entlang der Leitfragen des Projekts.

Weitere Elemente der Datenerhebung

Als weitere Elemente der qualitativen Datenerhebung war ein „Tätigkeitstagebuch“ angedacht. In den Kontaktgesprächen mit den beteiligten Eventmanagern und Eventmanagerinnen stellte sich jedoch heraus, dass aufgrund der individuellen Arbeitsbelastung eine Bearbeitung nicht möglich war.

Ein Teil der interviewten Eventmanager und Eventmanagerinnen ist in leitender Position als Geschäftsführer oder Gesellschafter einer Firma tätig, so dass qualifizierte Einschätzungen zur Entwicklung des Berufsfeldes gewonnen werden konnten und weitere Expertengespräche zurückgestellt wurden.

3.4 Aufbereitung und Darstellung der Interviews

Die Studie ist nach den Themen des Interviewleitfadens gegliedert. In die Analyse sind Fallbeispiele aus den Interviews integriert. Die Textauszüge der mit Ziffern codierten (1-21) und damit weitgehend anonymisierten Interviews enthalten die transkribierten Aussagen der Interviewpartner zu den jeweiligen Aspekten. Die demographischen Daten werden im Kapitel 9 summarisch in Tabellen dargestellt. Ein reduziertes Profil der Befragten mit Angaben zur Person, zur Qualifikation und zur Tätigkeit kann einer Übersichtstabelle im Anhang entnommen werden.

3.5 Repräsentativität und Validität

Die qualitative Studie mit 22 Beteiligten erhebt nicht den Anspruch einer repräsentativen Untersuchung für alle Eventmanager und Eventmanagerinnen in Deutschland. Dafür ist die Stichprobe zu klein und der regionale Einzugsbereich zu begrenzt. Die quantitative Bedeutung des Sektors Eventmanagement für den Freizeitbereich insgesamt gilt es zudem durch quantitative Methoden abzuschätzen.

Durch die Interviews konnten jedoch wichtige Kategorien für die Beschreibung von Kompetenzen und Anforderungen im Berufsfeld Eventmanagement herausgearbeitet werden. Perspektiven für das Berufsfeld und für Hochschulabsolventen in diesem Sektor wurden genauer erkennbar. Die berücksichtigte Breite unterschiedlicher beruflicher Positionen und Sektoren innerhalb des Eventmanagements macht die Ergebnisse der qualitativen Datenanalyse zu einem brauchbaren Ausgangspunkt für die Weiterentwicklung von Studienangeboten und Studienstrukturen.

4 Rahmenbedingungen

Der erste Teil der geführten Interviews war den Rahmenbedingungen für die Tätigkeit als Eventmanager und Eventmanagerinnen gewidmet. Zur Sprache kamen die Art des Beschäftigungsverhältnisses, die individuelle Dauer der Berufstätigkeit im Eventsektor, die Art des Veranstalters und die konkreten Aufgaben im Eventmanagement.

4.1 Beschäftigungsverhältnisse

Der Anteil von angestellten Arbeitnehmern und selbständig tätigen Eventmanagern in der Stichprobe ist nahezu gleich. Interviewt wurden 10 Festangestellte und 11 Selbstständige. Beide Arten von Beschäftigungsverhältnissen spielen im Eventbereich offenbar eine Rolle. Über die Anteile im gesamten Sektor kann aufgrund der qualitativen Anlage der Studie noch keine Aussage gemacht werden. Erkennbar sind typische Strukturen für beide Formen.

4.1.1 Festanstellung: Agenturen und Eventabteilungen

Die fest angestellten unbefristeten Mitarbeiter der Stichprobe waren zum einen in „Full-Service-Agenturen“ unter Vertrag oder gingen der Beschäftigung in einem speziellen Unternehmen des Freizeit- und Eventbereiches nach.

„Wir haben Full Service, also sowohl Konzerte, als auch Seminare, Tagungen, Kongresse, Messen, alles“ (Interview 8). [Der Interviewpartner ist dort seit 4,5 Jahren fest angestellt.]

Als „Full-Service-Agenturen“ können Eventveranstalter bezeichnet werden, die das gesamte Dienstleistungsspektrum für eine Veranstaltung (Tagung, Messe, Firmenveranstaltung, Kulturprogramm) anbieten - quasi aus „einer Hand“. Sie arbeiten dabei aber möglicherweise mit Spezialisten für Teilleistungen zusammen.

Typisch erscheint auch eine Festanstellung im Rahmen eines größeren Freizeitunternehmens (Tierpark, Freizeitpark) oder bei einem Freizeitveranstalter mit einem eigenen Veranstaltungsraum (Stadthalle, Konzerthaus).

„Also vom Tierpark (...) ist es eine eigenständige Firma“. „Ich bin fest angestellt. So war es bislang eigentlich immer“ (Interview 17).

Im Rahmen eines größeren Freizeitunternehmens kann in diesem Sinne von einer „Eventabteilung“ gesprochen werden. Die Organisation kann wiederum als eigenständiger Teilbetrieb erfolgen. Mitarbeiter einer solchen Eventabteilung, so erscheint es, sind für alle Fragen der „Bespielung“ der jeweiligen Freizeitstätte verantwortlich. Sie planen und organisieren Veranstaltungen für das jeweilige Unternehmen, eingepasst in die Gesamtinszenierung eines Zoos, eines Freizeitparks oder eines städtischen Veranstaltungskomplexes.

Ein dritter Typ von Festanstellung, der in den Interviews nur angesprochen wird, betrifft eine Beschäftigung in der Eventabteilung größerer Industriebetriebe. Auch hierbei ist der Hintergrund wie bei den Freizeitunternehmen eine funktionale Differenzierung von Organisationsstrukturen. Eigene Eventabteilungen können sich zum Beispiel als Teil von Marketingabteilungen entwickeln und aufgrund wachsender Unternehmensaktivitäten im Eventsektor entstehen.

4.1.2 Selbständige Tätigkeit im Eventsektor

Weit verbreitet erscheint im Eventbereich neben einer Festanstellung bei Agenturen und Eventabteilungen eine selbständige Tätigkeit. Typisch für die geführten Interviews ist eine eigenständige wirtschaftliche Tätigkeit zusammen mit einem weiteren Partner. Hinzu kommt die Spezialisierung auf einen spezifischen Typ von Events, ein Themengebiet oder bestimmte Auftraggeber und Partner.

„Ich bin selbständig und habe mit meinem Partner zusammen eine Agentur für Veranstaltungen und ‚lebendige Kommunikation‘. (Interview 3). [Beide haben sich auf die Ausführung eines jährlichen Events spezialisiert.]

„Also ich mache eigentlich alle Art von Veranstaltungen. Aber ich habe mich ein wenig spezialisiert auf Ärzteseminare und –kongresse. Und ganz speziell in dem Bereich arbeite ich hauptsächlich für eine ... oder für einen Verein, der sich mit Palliativmedizin beschäftigt und organisiere für diesen Verein Palliativkurse für Ärzte (Interview 7).“

Ein Sonderfall der selbständigen Tätigkeit im Eventsektor ist der Betrieb eines Veranstaltungsortes mit Programm, Gastronomie und Serviceleistungen. Dies betrifft sicherlich nur einige wenige Beschäftigungsstellen.

Möglich ist offenbar auch die Kombination aus einem Angestellten-Verhältnis und einer parallelen Selbständigkeit.

„Ich bin jetzt hier fest angestellt, bin aber nebenher auch noch selbständig und berate Firmen oder Kommunen, die z.B. in fünf Jahren aus einem dann stillgelegten Steinbruch einen Freizeitpark machen möchten und zeige ihnen Wege auf (Interview 14).“

Einige Interviewpartner berichten auch über einen Wechsel in der Art des Beschäftigungsverhältnisses und den Aufbau eines eigenen Unternehmens im Anschluss an eine längere Angestelltentätigkeit.

4.2 Dauer der Beschäftigungsverhältnisse

Eine 20jährige Tätigkeit im Eventbereich war die Spitzengröße der Befragung. In der Regel liegt die Gesamtbeschäftigungsdauer zwischen einem und zehn Jahren. Ein Wechsel des Arbeitsgebers innerhalb der Eventbranche kommt durchaus vor und wird zum Teil auch angestrebt, um neue Erfahrungen zu machen oder in der eigenen Berufskarriere voranzukommen.

„Seit dem Jahr 2000. (...) was in der Branche allerdings durchaus schon eine längere Zeit ist (Interview 9).“

4.3 Art des Veranstalters

Eine Ausrichtung des Eventmanagements auf eine bestimmte Art des Veranstalters ist in den geführten Interviews nicht erkennbar. Im Grunde kommt hier die gesamte Breite des Freizeitsektors ins Spiel. Genannt werden:

- große Sportveranstaltungen (z.T. auf Weltniveau)
- klassische Konzerte
- Rock-, Pop-, Volksmusik
- Kulturfestivals (Theater, Kleinkunst, Parks)
- Kirchliche Großveranstaltungen
- Freizeitangebote mit gastronomischem Schwerpunkt

Hinzu kommen Firmenveranstaltungen mit Marketing und Weiterbildungscharakter

- Motivationsveranstaltungen für Mitarbeiter und Kooperationspartner
- Präsentation von Produkten
- Kongresse, Tagungen, Seminare

Typisch für eine Arbeit in Full-Service-Agenturen ist ein Schwerpunkt bei der individuellen Konzepterstellung für ein Event und der darauf bezogenen Planung und Umsetzung.

Die Arbeit in einem Freizeit- und Kulturbetrieb ist eher auf eine routinisierte, jedoch durchaus flexible Durchführung von Events ausgerichtet. Spezielle Anforderungen des jeweiligen Bereichs spielen hierbei eine wichtige Rolle und bestimmen den Rahmen (Zoo, klassisches Konzerthaus, Veranstaltungshalle).

Eine Spezialisierung als Veranstalter für ein bestimmtes Freizeitangebot findet sich auch bei den kleineren Agenturen. Ein Beispiel ist die Ausrichtung von Kunstfestivals. Die Anbieter erarbeiten sich so einen Nischenmarkt und können sich so leichter gegenüber den großen Full-Service-Agenturen behaupten.

4.4 Die Aufgaben eines Eventmanagers

Als Allround- Talent erfüllen Eventmanager und Eventmanagerinnen sehr unterschiedliche Aufgaben: wirtschaftliche, organisatorische, soziale, technische und kreative. Jedoch kann man den Aufgabenbereich nicht für alle Eventmanager gleich beschreiben. Wie in vielen anderen Betrieben auch, gilt hier häufig: Je kleiner die Firma, umso mehr muss der Inhaber bzw. Geschäftsführer alleine machen. Umso größer sie ist, desto spezifischer und kleiner wird der Aufgabenbereich eines Mitarbeiters. Zu unterscheiden ist bei diesem Aspekt wiederum, ob eine Eventagentur komplette Projekte auf ihre Mitarbeiter verteilt, oder ob eine inhaltliche Aufgabenteilung vorherrscht.

„Das geht von der Kunden- Akquise, über die Beratung, über die Planung bis hin zur Durchführung und Endreinigung, die komplette Produktpalette. Von Personalplanung über die Eventplanung, Marketing, je nachdem was der Kunde wünscht“ (Interview 16).

Allgemein ist festzustellen, dass bestimmte Schemata bestehen, nach denen sich Eventmanager und Eventmanagerinnen im Arbeitsalltag orientieren können, sozusagen Abläufe und Aspekte, die sich bei jedem Event wiederholen. Das Handwerkszeug eines Veranstaltungsmanagers sind das Telefon und der E-Mail-Account.

Im Folgenden werden zunächst allgemeine, übergreifende Tätigkeiten dargestellt, anschließend wird die Aufteilung der einzelnen Aufgaben chronologisch strukturiert.

4.4.1 Übergreifende Aufgaben/Alltägliches

Zusätzlich zu den einzelnen Veranstaltungen kümmert sich ein Eventmanager, vor allem wenn er selbst Inhaber oder Geschäftsführer einer Eventagentur ist, um die innerbetrieblichen Abläufe, er betreibt und kontrolliert seine Agentur. So wird z.B. die Pflege der eigenen Internetpräsenz veranlasst, und das interne Personal wird betreut.

Darüber hinaus ist es seine kontinuierliche Aufgabe, nach neuen Sponsoren, Partnern oder Künstlern zu suchen. Die so genannte Akquise ist eine Hauptaufgabe, von welcher der betriebliche Erfolg abhängt. Um diesen zu erreichen, ist es ebenso wichtig, mit bestehenden Kunden und Partnern regelmäßig Kontakt zu halten.

„Zudem betreue ich die Sponsoren, die werden natürlich oft eingeladen, die müssen verhätschelt werden, weil wir viel zu wenige haben“ (Interview 12).

4.4.2 Phase 1: Kundengewinnung

Außerordentlich kommunikationsintensiv ist die erste Phase der Eventvorbereitung, das Consulting. Der Eventmanager bzw. die Eventmanagerin findet im Dialog heraus, was für ein Bild des Events der (mögliche) Kunde im Kopf hat, welche finanziellen Budgets bestehen, und was noch erarbeitet werden muss, um in der Umsetzung so nah wie möglich an die Idee des Kunden heranzukommen. In Fällen, in denen der Kunde noch keine Idee hat, werden Brainstormings und Marktbeobachtungen durchgeführt, um ein ansprechendes Eventkonzept für den Kunden vorzubereiten. In dieser Phase wird die Realisierung einer Idee mit dem Kunden ausgewogen und abgestimmt, er braucht die Betreuung und Informationen des Eventmanagers.

Anschließend wird in der Eventagentur ein Konzept entwickelt, die gewünschte Veranstaltung wird geplant und auf ihre Realisierung hin geprüft. Überdies werden eine Kalkulation als auch eine Budgetierung erstellt. Marketingrichtlinien werden ausgewählt. Aus all diesen Ergebnissen wird dem Kunden ein Angebot präsentiert, und der Event bei einer positiven Antwort vertraglich vereinbart und abgeschlossen.

„Zuerst mal nen Briefing von solchen Kunden, die relativ eventunerfahren sind. (...) Und dann halt Ideenentwicklung, Präsentation dieser Ideen. Daraus dann Konzeptentwicklung konkret, Budgetierung, diese ganzen Geschichten. Und dann gemeinsam mit dem Kunden dann so'n Paket zu schnüren, das dann letzten Endes beauftragt wird“ (Interview 13).

4.4.3 Phase 2: die Vorbereitung

Den größten Zeitaufwand erfordert die Vorbereitung eines Events. Sie ist das Herzstück der Veranstaltungsorganisation. Hier ist der Eventmanager bzw. die Eventmanagerin die Schnittstelle, die Informationen an die richtigen Kanäle weiterleitet, den Überblick behält, die herausragenden Entscheidungen trifft. Je nachdem welchen Schwerpunkt eine Agentur wählt, z.B. Konzertorganisation oder Full Service, fallen dem Eventmanager unterschiedliche Aufgaben zu. Sein Tätigkeitsfeld kann variieren.

Projektplanung und -Management sind entscheidende Aufgabengebiete:

- Terminplanung
- Terminkoordination
- Tourplanung
- Veranstaltungsablauf
- Programmplanung
- Personalplanung
- Technische Planung
- Implementierung des Ticketing
- Infrastruktur
- Koordination
- Informationsverbreitung
- Koordination des Informationsflusses
- Überwachung und Kontrolle
- Überblick behalten

„... ich mache wirklich alles von A bis Z. Von der Homepage, über alle Anrufe, wenn ein Arzt irgendwas zu dem Thema wissen will, das beantworte ich. Organisiere... zur Organisation selbst, ähm, die Kurse, die organisiere ich eben, den Veranstaltungsort, die

Räumlichkeiten, Übernachtungen für die Teilnehmer oder buche die Referenten. (...) plane für die die ganze Reise. Stelle das Programm zusammen, Kurse inklusive der ganzen administrativen Arbeit. Rechnungen schreiben und so weiter. Ich bin auch vor Ort, natürlich" (Interview 7).

Oftmals arbeitet der Eventmanager bzw. die Eventmanagerin mit einem großen Team zusammen, dann ist es eine Hauptaufgabe, das Projekt verantwortlich zu betreuen.

„80% meiner Arbeitszeit verbringe ich mit steuern. Das managen heißt ja, dass man führt und steuert, kontrolliert. 20% bleiben da noch für eigentliche Projektarbeit, also z.B. Marketingstudien oder so was (...) gern mit reingehe und auch gehen muss, um meiner Verantwortung entsprechend gerecht werden zu können" (Interview 9).

Allein das Location-Management ist eine Wissenschaft für sich. Beispielhaft wird dieser Bereich detailliert beschrieben: Mietverträge müssen mit rechtlichem Hintergrundwissen ausgehandelt und abgeschlossen werden, ein Bestuhlungsplan mit Hilfe eines Softwareprogramms wie Auto-CAD wird erstellt, die Garderobe organisiert. Die Technik muss geplant und organisiert werden, die Licht- und Tonanlage (PA- Anlage) muss ausgesucht und installiert werden, sowie weitere Technik. Über dieses hinaus werden Sicherheitsvorkehrungen überprüft und eingehalten, Kontakt mit dem Deutschen Roten Kreuz und der Feuerwehr bei Bedarf aufgenommen, und städtische Genehmigungen müssen eingeholt werden. Im Innen- und Außenraum werden Bühnen, die Dekoration wie auch Sponsorenbanner etc. angebracht. An die Beschilderung, den Shuttle-service, die Müllentsorgung und die Reinigung muss gedacht werden. Bei größeren Veranstaltungen lässt man Verkehrsleitsysteme programmieren und schalten.

„Ja, wenn man so will, was notwendig ist, um den äußeren Rahmen für diese Veranstaltung hier hinzustellen. Das heißt: alle Dinge, die die Halle betreffen, also alle räumlichen und sicherheitstechnischen Aspekte liegen in meiner Verantwortung. Und auch alles, was an Wünschen und Forderungen seitens der Veranstalter und des Publikums an uns herangetragen wird. Also, wenn ein Veranstalter zu uns kommt und sagt: ich möchte gern die Halle buchen und hätte gern noch die und die Dienstleistung dazu, also meinetwegen Ton und Licht oder Einlasspersonal, Security, Tresen –wie auch immer... das organisieren wir dann alles für ihn- meist mit Fremdarbeitern" (Interview 5).

„Operationsmanager, d.h. ich stelle den kompletten Betrieb sicher. Angefangen von der Tourplanung, wann spielen wir in welcher Halle, Mietverträge, etc. Weiter geht's mit der ganzen Infrastruktur, von Genehmigungen der Städte über die Einrichtung der sämtlichen Veranstalter im Ticketsystem, Personal, Reinigung, Sicherheit, Hands vor Ort, dann bei ‚Holiday on Ice‘ das Eis. Ich muss das komplette Haus hinstellen und wenn das alles fertig ist, dann kommt die Produktion und schickt die Künstler auf die Bühne" (Interview 14).

Wie in Interview 14 genannt, ist auch die Personalbeschaffung und Personalplanung der verschiedenen Akteure sicherzustellen. Es werden Kassenkräfte, Aufsichten, Hands (Mitarbeiter für den Auf- und Abbau), Reinigungskräfte, Sicherheitspersonal, als unterstützende Kräfte benötigt. Natürlich denkt der Eventmanager bzw. die Eventmanagerin sehr früh an die Hauptakteure, Künstler, Veranstalter, Referenten, Anbieter auf Messen, und kümmert sich um deren Wohlergehen.

„Wir haben für alle Gewerke, sei es Technik, Messebau, Dekoration, Möblierung usw., Grafik, Medienproduktion halt freie Mitarbeiter und, oder Lieferanten, mit denen wir zusammenarbeiten, die denn im Vorfeld gebrieft von uns werden, von uns beauftragt werden und auch in unserem Namen tätig sind, und die dann vor Ort halt gesteuert werden von uns" (Interview 13).

Neben der Akquise spielt auch die Verhandlung von Konditionen, eine eigene Kostenkalkulation und sich daraus ergebende Budgetkontrolle eine wichtige Rolle.

Zur erfolgreichen Umsetzung eines Konzeptes ist die Beschaffung aller benötigten Materialien essentiell: Handtücher, Notenblätter, Getränke, Merchandisingartikel, um nur eine kleine Auswahl zu nennen. Bei jeder Veranstaltung wird individuell geprüft, was benötigt wird.

„Wobei ich jetzt gerade mehr in der Abwicklung bin und mehr im Organisationsteam im Grunde, d.h. einfach so die klaren Fakten erarbeiten. Also, das Konzept steht und man überlegt sich dann, was brauche ich dafür. Brauche ich ein Zelt, brauche ich Heizpilze, brauche ich Teppiche, alles Mögliche, so Möbel, Mietmöbel bis Catering“ (Interview 2).

Parallel zur organisatorischen Vorbereitung einer Veranstaltung gehören bei einigen Agenturen auch die Vermarktung dieses Events, Pressearbeit und Promotionaktionen dazu.

4.4.4 Phase 3: die Durchführung

Der Veranstaltungstag bzw. die Veranstaltungstage sind im Vergleich zur Vorbereitung zeitlich oft viel kürzer. Die Veranstaltung selbst ist „nur ein kleiner Teil“ beim Eventmanagement. Bei der eigentlichen Durchführung ist der Eventmanager bzw. die Eventmanagerin wieder die Schnittstelle zwischen allen Akteuren; er stellt sicher, dass die Veranstaltung reibungslos abläuft.

Ein Eventmanager oder eine Eventmanagerin:

- präsentiert
- koordiniert
- steuert
- betreut
- führt
- motiviert

„Projektleitung, wie kann man das vergleichen? Ja, wie aufm Bau der Bauleiter, der einmal guckt, das alles nach Plan läuft und im Zeitplan ist und die Vorgaben eingehalten werden und dann während der Veranstaltung so ein Regiepart. Weil das Ganze geht immer mehr ineinander über, ist mehr ne Gesamtinszenierung, teilweise auch mit inszenierter Realität und weniger eine Aneinanderreihung von Showblöcken oder Re-debeiträgen“ (Interview 13).

„Während der Veranstaltungstage selbst richten wir eine so genannte Organisationsleitung ein (...). Wir setzen uns an einen Tisch, haben ganz, ganz viele Telefone, mehrere Beamer, die z.B. Livebilder von Füllgraden von Veranstaltungshallen an die Wand werfen, dass wir rechtzeitig Veranstaltungsorte schließen, falls sie überlaufen sollten. Wir steuern diese 2500 Veranstaltungen quasi zentral von einem Tisch aus, d.h. wir sehen von den Veranstaltungen vor Ort draußen gar nichts“ (Interview 9).

4.4.5 Phase 4: Nachbereitung

Zum erfolgreichen Abschluss einer Veranstaltung gehört die Nachbereitung. So wird zum einen „aufgeräumt“, die Veranstaltungsorte werden in einen sauberen Ursprungszustand gebracht und umbestuhlt, ausgeliehenes Material wird zurückgebracht, das große Team löst sich auf und das Personal fährt wieder nach Hause. Inhaltlich sorgt der Eventmanager bzw. die Eventmanagerin dafür, dass alle Akteure ihre ausgehandelten Löhne und Gagen erhalten. Eine Abschlussrechnung wird erstellt. Zu guter Letzt wird ein Kundenfeedback eingeholt, möglicherweise auch ein Feedback von dem

Sponsor einer Veranstaltung, um künftige Events sicherzustellen und zu verbessern. Ebenso ist es interessant, einen Pressespiegel über die Veranstaltung zu erstellen, um Meinungen der Besucher einzufangen und als Werbung zu nutzen.

„Und dann letztendlich auch rauszuhören, was möchte der Kunde, was ist ihm wichtig. Das dann umzusetzen, und dann hinterher die Reaktion, die hoffentlich positive Reaktion zu haben, dass es alles zu seiner Zufriedenheit ist bzw. es sogar noch übertroffen hat, ja, dass er sich einfach wohl gefühlt hat“ (Interview 2).

5 Motivation und Arbeitsumfeld

Neben den formalen Rahmenbedingungen und der Darstellung der Aufgaben von Eventmanagern und Eventmanagerinnen lag ein Schwerpunkt der Befragung auf der Motivation und dem Arbeitsumfeld. Diese oftmals sehr persönlichen Gründe für die Berufswahl sowie die Darstellung der positiven und negativen Seiten der Tätigkeiten als Eventmanager sind wichtig, um ein umfassenderes Berufsbild nachvollziehen zu können. Trotz der relativ kleinen Befragungsgruppe kristallisieren sich Anforderungs- und Motivationsprofile heraus.

5.1 Gründe für die Berufswahl

5.1.1 Zufälliger Quereinstieg und gezielte Berufswahl

Eventmanagement ist derzeit häufig noch ein Berufsfeld für Quereinsteiger aus den unterschiedlichsten Bereichen. Dies wird insbesondere bei der Frage danach deutlich, warum die Befragten als Eventmanager und Eventmanagerin arbeiten.

„Man rutscht da so rein (lachen). Bei mir war das so der Fall. Da gab es diese... diesen Ausbildungsweg ja noch gar nicht. Das ist so... das war so ´n schleichender Prozess, sag ich mal“ (Interview 10b).

„Es hat sich am Anfang durch Zufall ergeben, wir haben begonnen Veranstaltungen zu machen, aber alles während des Jura Studiums. Damals wollte ich eigentlich noch Jurist werden. Gegen Ende des Studiums habe ich mir dann aber die Frage gestellt, womit ich den Rest meines Lebens verbringen möchte. Als Jurist verbringe ich den Rest meines Lebens im Streit. Nur noch Streit, Straftaten, Gewalt...ob ich das machen will, wusste ich nicht“ (Interview 14).

Fraglich ist, inwieweit die Anzahl der Personen, die eher zufällig als Quereinsteiger in diesen Beruf eingestiegen sind, auch in Zukunft überwiegen wird. Der relativ neue Ausbildungsberuf zum Veranstaltungskaufmann/-kauffrau wird bereits gezielt gewählt. Ebenso wie verschiedene Hochschulstudiengänge als Vorbereitung auf eine Tätigkeit im Eventbereich genutzt werden. Das Studium wird dabei ergänzt durch Praktika, Nebenjobs und ähnliches im Bereich der Veranstaltungsorganisation (vgl. Kapitel 6.7.2). Über diesen Weg ergibt sich ebenfalls ein sehr gezielter Einstieg in das Berufsfeld.

„Wenn ich dir das so genau sagen könnte (lacht), Nein, ich habe Kulturwissenschaften studiert, hab geguckt was man dann so machen kann, habe auch überlegt, ob ich an ein Museum gehe oder so, aber irgendwie gefiel mir Musik doch besser... [Einwurf des Interviewers: ...und bist hier über Aushilfskraft und Volontariat reingerutscht...] Ja, genau“ (Interview 12).

Egal ob der Einstieg zufällig oder gezielt erfolgt, ein Großteil der Befragten scheint ihre „Berufung“ gefunden zu haben und sie haben Spaß an dem, was sie tun.

„Ich hab das große Glück, dass ich nen Job gefunden habe, der mir Spaß macht. (...) Denn da, wo man Spaß dran hat, da entwickelt man sich meistens auch“ (Interview 11).

5.1.2 Identifikation mit dem Produkt: Raum für schöne und friedliche Momente

Ihre Berufswahl sowie auch ihre Motivation in diesem Feld zu arbeiten, begründen die Befragten zum einen mit den Tätigkeiten die sie gerne ausüben und zum anderen mit dem Produkt, d.h. dem Event und den Veranstaltungen an sich. Sie bewirken durch die Inszenierung eines emotionalisierten Erlebnisortes etwas Positives und machen den Menschen mit ihrer Arbeit eine Freude.

„Und mir macht es Spaß, positive Sachen zu verkaufen. Ich sage immer, wenn ich zu einem Auftraggeber komme, dann freut er sich, dass ich da bin. Das klassische Gegenbeispiel ist ein Gerichtsvollzieher, wo man sich nicht freut, wenn er kommt“ (Interview 16).

„Wenn ich jetzt Veranstaltung mache, dann bestreite ich mein Leben damit anderen Menschen, und wenn's nur für ein Abend oder Wochenende ist, schöne Momente im Leben zu beschern. Und das ist für mich dann doch eher ne Lebensaufgabe. Die meisten Menschen haben nur Probleme oder ein schweres Leben, und wenn ich dann zumindest ein Teil dazu beitragen kann, dass sie ein paar schöne Stunden oder Tage erleben, dann ist das für mich eigentlich ein schönes Tun“ (Interview 14).

Je nach Veranstaltungsbereich und -intention geht diese Inszenierung so weit, dass in der Durchführung einer Veranstaltung auch der persönliche Idealismus befriedigt wird. (vgl. Kap. 5.2). Der Eventmanager identifiziert sich mit dem Angebot und findet insbesondere darin die Motivation für seine Arbeit. Er vermittelt den Menschen mit seinem Event Wertvorstellungen.

„Und haben dann eben auch die Möglichkeit junge Leute noch mal in verantwortungsvolle Bereiche mitrein zu nehmen, die sie sonst sehr selten kennen lernen. Und ich selbst komme auch aus dieser Pfadfinderszene, habe Betriebswirtschaft studiert. Dann wurde 2000 jemand gesucht, der in diesem Bereich tätig ist, und dann bin ich quasi hängen geblieben, hab jetzt schon 4 Veranstaltungen hauptberuflich mitgemacht, und dann noch ein Aufbaustudium gemacht im Non-Profit-Bereich in der Schweiz nebenberuflich. Die Motivation ist eigentlich dadurch gegeben, dass es eben eine sehr inhaltsschwere Veranstaltung ist. Das unterscheidet den (Event) von klassischen Profitevents, wo man ein paar Bühnen in die Stadt stellt, z.B. Musikprogramm, oder man führt ein neues Auto ein. Es ist durchaus inhaltsschwer, die Veranstaltung. Es fällt einem leicht, sich mit dem Produkt (...) zu identifizieren“ (Interview 9).

„Also mir macht das schon Spaß. Es ist auch nicht so weit weg vom Lehrerdasein, weil sie schaffen soziale Räume für Leute, wenn Sie so etwas machen, und sie bestimmen die Regeln, wenn die Leute sich in diesem Räumen bewegen. Das heißt, das ist bislang ganz gut gelungen. Sowohl das (X) wie das (Y) sind Orte, an denen wenig unangenehme Dinge passieren und die so als Klientel durchaus eher die guten... da gibt es wenig Stress. (...) Und im (X) ist es aber so, dass dort bei der Disco und der Musikauswahl, bei allen Bühnenprogrammen, schon drauf geachtet wird, dass das sozialverträglich ist und eher in Richtung eines produktiven und friedlichen Miteinanders geht, als das es eben destruktiv wird“ (Interview 5).

Das Angebot der Eventmanager richtet sich vorwiegend an Menschen, die einen Raum für soziale Kontakte, friedliche und glückliche Momente suchen. Diesen Raum und das entsprechende Angebot bereitstellen zu können, verschafft den Managern und Organisatoren des Events eine persönliche Befriedigung.

5.2 Die positiven Seiten der Tätigkeit als Eventmanager

Insgesamt bleibt festzuhalten: Eventmanager und Eventmanagerinnen arbeiten gerne in ihrem Beruf. Je nach Auftragslage und Persönlichkeitsprofil ergeben sich für die Eventmanager allerdings verschiedene Bereiche ihrer Tätigkeit, die sie besonders mögen. Da die Aufgaben der in dieser Studie befragten Personen zum Teil recht unterschiedlich sind und – insbesondere in kleineren Unternehmen - eine weite Spannbreite ausmachen (vgl. Kap. 4.4), kristallisieren sich beliebte und weniger beliebte Tätigkeiten heraus. Vorgestellt wird zunächst eine Übersicht zu den als positiv wahrgenommenen Seiten des Berufsbildes.

5.2.1 Vielfältigkeit und Abwechslung

Die Vielfalt des Aufgabenprofils macht für die meisten befragten Personen das Besondere und Angenehme an der Arbeit aus. Jedes Projekt wird als etwas Einmaliges betrachtet, ist anders und bietet neue Auftraggeber, Kunden, Kontaktpersonen, Locations, Themen etc. Ein Eventmanager hat kaum oder sogar gar keine Routine, da jeder Event anders ist. Das wird vorwiegend als sehr positiv wahrgenommen.

„Dass jedes Event immer anders ist. Es gibt keine stupide Arbeit, jeder Kunde ist anders, es gibt keine festgefahrenen Strukturen an Veranstaltungen, (...), sondern jeder Kunde wird individuell betreut, beraten, und das ist einfach immer wieder, jedes Projekt ist eine neue Herausforderung, und das macht Spaß“ (Interview 16).

„Vielfalt! Es ist Vielfalt, ja. (...) Also, man hat in dem Bereich auch mit so unterschiedlichen Menschen zu tun und unterschiedlichste Berufsgruppen auch und ... es ist eigentlich kein Tag, der gleich ist. Also, überhaupt nicht“ (Interview 10b).

Insbesondere kleinere Agenturen, Abteilungen und die selbständig Arbeitenden unter den Befragten haben keine eng definierten Aufgabenbereiche (vgl. Kapitel 4.4). Vielmehr sind einzelne Personen für viele verschiedene Arbeitsschritte verantwortlich. Sie sitzen großteils im Büro, sind aber auch unterwegs und auf den Veranstaltungen.

„Ja, wie gesagt, es ist nicht ein Job, der nur im Büro stattfindet. Natürlich auch, ich sag mal 60% Büro und 40% ist man dann unterwegs auch. Ob's im eigenen Haus ist oder man auf Messen z.B. unterwegs ist, also es ist abwechslungsreich“ (Interview 8).

Die Vorstellung von einem zeitlich regulierten Schreibtischberuf erscheint für einige Projektmanager sogar eher abschreckend.

„Man sitzt nicht nur vorm Schreibtisch und hockt vorm PC, da würde ich eingehen, sondern man ist auch auf den Veranstaltungen. Man baut teilweise mit um, man baut mit auf. (...) Also. Das ist einfach sehr abwechslungsreich. Ich bin jetzt kein Mensch, wie gesagt, der jetzt den ganzen Tag über, von 9 – 16 Uhr oder von 8 – 16 Uhr vorm PC hockt. Dann... nach Hause geht, ein ruhiges Leben lebt. Ich mag einfach diese ähm, ja, diese Aufregung vor der Veranstaltung. Sehen wie die Puzzleteile, sozusagen ineinander greifen. Das alles klappt, dass das alles funktioniert“ (Interview 17).

Der Beruf des Eventmanagers verspricht nicht langweilig zu werden, da er viele verschiedene Tätigkeiten und damit Facetten umfasst.

5.2.2 Vernetztes Denken

Das komplexe Tätigkeitsspektrum der Eventmanager erfordert die Notwendigkeit eines Gesamtüberblicks über Arbeitsprozesse und einzelne Organisationsschritte. Diese Aufgabe, einzelne Arbeitsschritte stetig zu überblicken und als ineinander greifendes

Puzzle zu erkennen ohne das Ziel aus den Augen zu verlieren, kann den besonderen Reiz der Arbeit ausmachen. Eventmanager werden gefordert, indem sie vernetzt denken müssen.

„Aber gerade dieses vernetzte Denken ist etwas, das auch einen gewissen Reiz auslöst. Man bekommt eine Information, und man bekommt sie nicht nur einfach, sondern denkt gleich weiter: Was hat das für Auswirkungen auf das und das und das und das? Wer muss es als nächstes noch wissen? Also, dieses komplexe Denken, sich vorzustellen, was habe ich für eine Veranstaltung, wie sieht die Situation aus - von der Gästeführung bis hin zum Abbau, Aufbau. Und diese Koordination, was macht Sinn, was macht keinen Sinn, dieses Zeitmanagement, was muss als erstes aufgebaut werden, und was muss der Lieferant vorfinden, damit es auch Sinn macht, dass der das schon anliefert, all dieses“ (Interview 2).

5.2.3 Ausleben der Kreativität

Die Planung und Organisation eines Events erfordern außer dem vernetzten Denken vor allem auch Kreativität (vgl. Kap. 6). Neben der Wahl eines geeigneten thematischen Rahmenkonzeptes, müssen einzelne Programmbausteine erarbeitet und die professionelle Durchführung gewährleistet werden. Die Auftraggeber liefern das Ziel, Inhalte und somit den Denkanstoß. Die weitere Arbeit, Entwicklung eines kreativen Gesamtkonzeptes und Realisierung, liegt in der Regel bei der beauftragten Agentur bzw. Person. Diesen Entwicklungsprozess schätzen viele Eventmanager, da sie sich oftmals ausleben können und letztendlich auch eigene Ideen verwirklicht sehen.

„Die Möglichkeit zur Verwirklichung eigener Ideen, und deren Erfolg zu sehen“ (Interview 19).

„(...) Und dann dieser hohe künstlerische Aspekt, hier auch, der auch praktisch umgesetzt wird, das war eigentlich für mich eigentlich noch mal so das Entscheidende zu sagen, das ist noch mal ein Feld, in dem ich mich auch gerne mitbetätige...“ (Interview 10a).

Das kreative Potential des Eventmanagers bzw. der Eventmanagerin muss breit und vielfältig sein, um längerfristig im Beruf erfolgreich zu sein. Über das Konzept wird der Kunde gewonnen. Der Austausch im Team und mit den Auftraggebern, die verschiedensten Möglichkeiten an Räumen, Materialien etc. bieten dabei Grundlagen für immer neue Ideen.

„Das mag ich schon besonders gerne und eben neue Dinge auch zu tun. Ja, neue Locations zu finden, das macht ja auch sehr viel Spaß. Einfach so Ideen zu spinnen: Was könnte man da machen? Wenn man da noch einen Auftraggeber hat, der das alles mitmacht und der das alles toll findet, Ideen umsetzen kann. Dann macht das natürlich besonders Spaß“ (Interview 7).

5.2.4 Externe Kommunikation und Kontakte

Eventmanager und Eventmanagerinnen müssen neben diversen Persönlichkeitseigenschaften vor allem soziale Kompetenz mitbringen, da der zwischenmenschliche Kontakt und die damit verbundene Kommunikation einen zentralen Arbeitsbereich ausmachen (vgl. Kap. 6). Die externe Kommunikation außerhalb des Teams mit den unterschiedlichsten Menschen, wird von einem Teil der Befragten als das Interessante und Angenehme an der Arbeit wahrgenommen.

„Man geht ... ähm, lernt auch sehr viele verschiedene Menschen kennen. Ob das jetzt die Kunden an sich sind, ob das jetzt irgendwelche Künstler sind, teilweise auch Prominente, oder ähm. Ja, einfach die Gäste, die abends da sind. Das ist immer wieder sehr spannend, interessant so was auch entstehen zu sehen. Ja, man kann sich halt kreativ ausleben“ (Interview 17).

„Warum arbeite ich da? Weil es ein Bereich ist, wo man mit sehr viel unterschiedlichen Leuten zusammenkommt. Das ist für mich eigentlich der wichtigste Aspekt“ (Interview 15).

Teilweise wurde der Beruf gerade aufgrund der Möglichkeit des stetigen Kontaktes zu anderen Menschen gewählt. Dabei wird das Zusammentreffen mit Kunden und Künstlern aus den verschiedensten Sparten von den Berufsanfängern noch als sehr aufregend empfunden.

„Was ich sehr gerne mag ist natürlich auch der Kundenkontakt, den finde ich sehr spannend. Ich fühle mich da noch eher in einer passiveren Situation, weil, ist ja klar, ich darf schon immer mit dabei sein und Protokoll führen und so, bei den ganzen Kundengesprächen, finde das aber immer eine ganz spannende Situation. Und dann letztendlich auch rauszuhören, was möchte der Kunde, was ist ihm wichtig. Das dann umzusetzen, und dann hinterher die Reaktion, die hoffentlich positive Reaktion zu haben, dass es alles zu seiner Zufriedenheit ist bzw. es sogar noch übertroffen hat, ja, dass er sich einfach wohl gefühlt hat“ (Interview 2).

„Besonders an meiner Tätigkeit mag ich, der Kontakt zu verschiedenen Künstlern, andere Menschen kennen zu lernen, lernen damit umzugehen, also, die verschiedensten Künstler sind für mich sehr aufregend. Z.B. Fakire, bei Fakiren frag ich ab und zu nach ‚wie sind sie darauf gekommen Fakir zu werden oder so was zu machen, mit dem Feuer?‘ Oder auf Glasscherben zu laufen, ja, solche Informationen zu erfahren fand ich schon immer sehr interessant, und ja klar, das macht den Beruf natürlich noch interessanter“ (Interview 6).

5.2.5 Direktes Feedback zur Veranstaltung

Bei dem Kontakt zum Auftraggeber sowie Kunden wird das Feedback von dessen Seite als sehr wichtig und motivierend eingeschätzt.

„ (...), man erfährt sehr schnell, ob man gute Arbeit oder schlechte Arbeit geleistet hat, weil man immer unmittelbar eine Rückmeldung vom Publikum bekommt“ (Interview 15).

Die Erfolgsmeldung findet ganz unmittelbar während der Veranstaltungen statt und vermittelt, ob das Konzept der Eventmanager angenommen wurde oder nicht. Die Zufriedenheit aller Beteiligten ist das festgelegte und zu erreichende Ziel sowohl für den Auftraggeber wie auch für den Eventmanager. Wenn dieses Ziel erreicht wurde, dann ist auch der Eventmanager sehr zufrieden mit seiner Arbeit.

„Am liebsten ist es mir eigentlich, wenn man abends quasi im Konzert steht, sich irgendwo reinschleicht und einfach alles geklappt hat, der Verkauf hat gut funktioniert, der Künstler ist zufrieden, die Zuschauer wirken zufrieden, auf der Bühne ist alles ok. Das ist so der Moment wo ich mir denke: Jo, dafür machst du das alles“ (Interview 12).

5.2.6 Herausforderung und Suche nach dem Nervenkitzel

Der Ablauf von Veranstaltungen ist, trotz vernetztem Denken (vgl. Kap. 5.2.2), nicht zu Hundertprozent im Vorfeld planbar. Es kann sich immer etwas Unvorhersehbares ereignen. Für die Lösung der dadurch entstehenden, möglichen Probleme ist der Eventmanager verantwortlich. Er muss die Veranstaltung am Laufen halten und garantiert den Erfolg. Diese Herausforderung wäre für viele Menschen belastend, für einen größeren Teil der befragten Eventmanager und Eventmanagerinnen ist der damit verbundene Nervenkitzel jedoch die eigentliche Berufsmotivation.

„Man weiß nie, was passiert...was der Tag für einen bereithält! Ob es bei Open Airs plötzlich regnet, ein Künstler aus Eitelkeit nicht auftreten will, man mit wenig Geld und Zahlungsschwierigkeiten in eine Veranstaltung geht und dann doch alles gut geht, wegen gutem Ticketverkauf an der Tageskasse oder so, (...) Ob ein Headliner plötzlich für viel geringere Gage nun doch kommt...ääähhh...ob man einen Künstler in pokerähnlichen Verhandlungen einem Konkurrenten abjagen konnte, ob der Vorverkauf nach einer starken Promotion-Woche in den Medien abgeht wie ‚Schmitz Katze‘, oder man plötzlich verklagt wird, obwohl man eben dafür nun überhaupt keine Zeit hat...man weiß zu keinem Zeitpunkt was kommen mag und man lernt ununterbrochen dazu. Ich denke, das ist es was ich an meiner Tätigkeit mag“ (Interview 3).

„Hm, was mag ich an dieser Tätigkeit. Erstmal mag ich den Kundenkontakt, und zweitens lieb ich es, mich Aufgaben zu stellen, die dann gelöst werden müssen. Ich versteh mich da auch so ein bisschen als Problemlöser“ (Interview 18).

Diese Personen müssen und wollen unter Anspannung und Stress stehen, um leistungsfähig und „produktiv“ sein zu können.

„Mir fehlt auch der Stress so ein bisschen. Ich merke, mir fehlt der Stress, um produktiv zu sein. (...) Das ist so ein Adrenalin, das dann ausgeschüttet wird, natürlich, ganz schnell und flexibel was zu machen. Es geht natürlich nicht auf Dauer, und es muss auch ruhige Phasen mal geben. Jetzt gab es so eine ruhige Phase, und jetzt ist auch mal wieder gut“ (Interview 2).

5.2.7 Zeitliche Flexibilität und Selbständigkeit

Eventmanager und Eventmanagerinnen arbeiten dann, wenn andere Freizeit haben. Sie richten sich nach dem Wunsch der Auftraggeber und müssen dementsprechend zeitlich sehr flexibel sein. Für reisefreudige und nachtaktive Menschen ist dieser Beruf somit ideal, ebenso für Menschen, die keinen geregelten Tagesablauf bevorzugen und möchten.

Und gleichzeitig, muss ich auch sagen, kamen mir die Arbeitszeiten entgegen. Ich bin jemand, der gerne abends und nachts arbeitet oder unterwegs ist. Und in sofern habe ich mein Hobby zum Beruf gemacht, wenn sie so wollen. Also mir macht das schon Spaß“ (Interview 5).

„(...), dass ich es immer schon so gewohnt war, nicht nach Zeit zu spielen, sondern Arbeit in diesem Bereich liegt dann an, wenn sie gemacht werden muss. Und dass kann auch am Wochenende sein, das kann mal abends sein. Oder gerade im Event-Bereich ist es dann um diese Zeit. Und gerade diese flexible Zeitstruktur, die man für sich selbst ausformen und rausfinden muss, die hat mich immer wahnsinnig interessiert“ (Interview 15).

Viele Eventmanager sind Einzelkämpfer oder haben - auch im Team - einen Bereich mit hoher Eigenverantwortung. Diese Selbständigkeit und zeitliche Flexibilität kann

zum einen belasten (vgl. Kap. 5.3.1) und macht, je nach Persönlichkeitsprofil, zum anderen das als positiv Wahrgenommene an dieser Tätigkeit aus.

Und, dass ich mir meine Arbeit sehr frei gestalten kann. Also, es sind sehr viele „Freiräume da. Ich kann, wie heute, auch mal nen Tag von zu Hause arbeiten. Fluch und Segen zugleich...“ (Interview 13).

5.2.8 Zwischenfazit

Viele der befragten Eventmanager und Eventmanagerinnen sind als Quereinsteiger in das Berufsfeld hineingekommen. Sie identifizieren sich sehr stark mit den schönen Seiten des Eventmanagements und betonen die Vielseitigkeit ihrer Tätigkeit, die Abwechslung und die fordernde Interdisziplinarität ihres Berufsfeldes. Aus der Sicht der Befragten ist es ein kommunikativer Beruf mit vielen beruflichen Kontakten und einem unmittelbarem Feedback durch Erfolg oder Misserfolg beim Publikum. Die subjektiv als Herausforderung empfundene Dynamik der Veranstaltungsorganisation, kreative Gestaltungsspielräume und eine zeitliche Flexibilität tragen ebenfalls zu einem positiven Bild des Berufs Eventmanagement bei.

5.3 Anforderungen und berufliche Belastungen

Eventmanager und Eventmanagerinnen arbeiten und leben in einem Spannungsfeld. Zum einen suchen sie die Herausforderung, die ihnen die Organisation und Planung einer Veranstaltung bietet. Sie brauchen den Stress, bewerten die flexiblen Arbeitszeiten als positiv und würden ihren Beruf niemals gegen einen geregelten Bürojob eintauschen. Zum anderen sind es gerade diese Faktoren, die auch zu einer Belastung im beruflichen Alltag werden können. Der Erfolgsdruck scheint hoch, ebenso wie die Arbeit für viele der befragten Eventmanager im alltäglichen Leben einen sehr großen Raum einnimmt. Es bleibt oftmals keine Zeit oder Planungssicherheit für Privatleben, Urlaub, die Beziehung oder etwa Familiengründung. Dennoch lieben die Eventmanager ihre Arbeit, erkämpfen Erfolge und preisen die Vielfältigkeit. Sie arrangieren sich mit ihrem Beruf.

5.3.1 Ungünstige, flexible Arbeitszeiten

Insbesondere, wenn ein Projekt aktuell ansteht, arbeiten die Eventmanager sehr viel. Das bezieht sich auf alle Beteiligten und im besonderen Maße auf diejenigen, die am Anfang ihrer beruflichen Laufbahn stehen und sich ihren Erfolg noch erarbeiten müssen. Selbstständige sowie auch Mitarbeiter in kleineren Agenturen und Abteilungen erledigen tagsüber administrative Aufgaben im Büro und sind abends sowie am Wochenende auf den Veranstaltungen. Vor allem in der Zeit kurz vor dem Event wird häufig bis in die Nacht hinein gearbeitet.

„Also, wir haben nicht diesen regel.. regelmäßigen Ablauf, den man normalerweise hat. Mit Sommerurlaub und Wochenenden und ... Wir arbeiten, wie gesagt, abends viel. Also bei mir ist es zum Beispiel so, dass ich im Tagesverlauf so alltägliche Sachen: Telefon, Anrufe machen, Emails zurück schreiben, irgendwelche Kalkulationen oder was weiß ich mache. Kleinkram abarbeiten, und eigentlich... Wenn ich mal was richtig Kreatives machen will... muss ich wirklich Ruhe haben und die habe ich dann abends oder am Wochenende. Deshalb ist das sehr arbeits- und zeitintensiv. Das war es vor fünf Jahren noch mehr als heute, aber ist schon ein bisschen besser heute... und es geht uns auch schon ein bisschen besser. Das ist allerdings nur sehr viel mit Arbeit gewesen bis dahin“ (Interview 10a).

„Man muss... wenn man diesen Beruf ausübt, muss man wissen, dass man die Freizeit für andere Menschen gestaltet. So, man arbeitet dann, wenn alle anderen frei haben. Das ist am Wochenende, das kann ganz spät in der Nacht sein. Das sind schon Belastungen, die man akzeptieren muss oder nicht. Und wenn man sagt, das ist nichts für mich, dann kann ich in diesem Job nicht arbeiten. Und ich kann auch nicht 40 Stunden in der Woche arbeiten in der Hallensaison. So ne Veranstaltung, die fängt... morgens um sieben Uhr kommt der erste Truck bei nem Konzert, und nachts um drei ist der Letzte raus. Und wenn ich gesamtverantwortlich bin, kann ich nicht erst um 13.00 Uhr kommen und um 22.00 Uhr gehen. Das muss man wissen. Und wenn man das nicht weiß und das nicht akzeptiert, dann wird man nichts. Und auch nicht glücklich...“ (Interview 11).

Eventmanager müssen zeitlich sehr flexibel sein und arbeiten gerade dann, wenn andere frei haben. Die eigene Freizeit ist kaum planbar und wird zugunsten der Arbeit reduziert.

„Bisschen schwierig ist auch, dass viel über Projektgeschäft läuft und man dadurch ne schlechte Planbarkeit hat, dass heißt, ich kann meinen Urlaub nicht nen halbes Jahr vorher buchen, sondern das geht in der Regel erst ein, zwei Wochen vorher. Weil, es kann durchaus sein, dass sehr kurzfristig noch sehr große Projekte reinkommen. Und, da wir zum großen Teil noch vom Projektgeschäft arbeiten, kann man halt privat relativ wenig planen und beruflich auch schwer planen. Also auch die Freizeitgestaltung wird öfter mal über den Haufen geworfen. Das sind eigentlich so die Kernpunkte (...). Die Planbarkeit des Lebens leidet. Und man sich muss sich auch ganz klar darüber sein, wenn man diesen Beruf wählt, dass man halt mehr als in anderen Angestelltenverhältnissen arbeiten muss“ (Interview 13).

5.3.1.1 Wenig Zeit für Privates

Unter diesen schwierigen Arbeitszeiten leiden oft private Kontakte und Beziehungen. Insbesondere dann, wenn die Freunde und der Partner in einem anderen Bereich arbeiten und regelmäßige Arbeitszeiten haben. Sie müssen gegenüber dem Beruf des Eventmanagers eine hohe Toleranz aufbringen. In diesem Zusammenhang überrascht es wenig, dass nur vier der 22 von uns befragten Eventmanager und Eventmanagerinnen verheiratet sind.

„Ja, ich geh da wirklich drin auf, und gucke nie auf die Zeit, gucke nie auf die Uhr und irgendwann ist es halt spät und zuhause sitzt jemand und ist beleidigt, weil man sich nicht meldet bzw. man die Zeit verpasst hat. Also, das Zeitmanagement ist wirklich ein Thema, was wirklich groß ist“ (Interview 2).

„Wo wir gerade bei negativen Sachen sind, natürlich gibt's auch negative Sachen. Das soziale Umfeld leidet. Man ist nie da, viel unterwegs, Nächte durcharbeiten, immer dann, wenn andere frei haben, arbeiten. Sehr viele Veranstaltungen sind an Weihnachten und an Silvester. Also da gibt's viele in diesem Beruf, die ledig sind und keine Kinder haben. Das ist der einzige Nachteil bei diesem Beruf. Und man muss sehr flexibel sein. Wenn man sagt, man will Veranstaltungen machen, will aber nicht aus Hamburg raus, dann würd ich da noch mal drüber nachdenken, ob das der richtige Beruf für sie ist“ (Interview 14).

Oft wird die Familienplanung und -organisation in diesem Beruf schwierig. Ein Großteil der befragten Frauen hat das Bekommen von Kindern auf später verschoben oder aber aufgrund des Berufes aufgegeben. Die Männer beklagen die fehlende Zeit mit dem Nachwuchs. Nur in seltenen Fällen scheint beides, Beruf und Kind, bei den befragten Frauen vereinbar.

„Häusliche Belastungen, wenn man Jemanden hat, der von neun bis fünf Uhr arbeitet, dann ja. Wenn man Jemanden hat, der auch in diesem oder einem anderen kreativen Bereich oder so arbeitet oder auch in der Gastronomie, im Freizeitbereich, dann ist das, glaube ich, einfacher. Sonst ist das bestimmt... das Familiäre auch mit Kindern, kann ich mir schwer vorstellen" (Interview 10a).

„Man hat, man arbeitet meistens dann, wenn viele andere frei haben. Abends oder am Wochenende und hat teilweise sehr viele Überstunden. Ähm, aber man muss sich darüber im Klaren sein, wenn man diesen Berufsweg wählt, dass das einfach dazu gehört. Man kann vielleicht später, wenn man irgendwie Kinder hat – das habe ich in anderen Agenturen erlebt – dass man nur die Konzepte schreibt. Das man dann einen Halbtags-Job hatte oder dass man wirklich nur im Büro saß und die Koordination dort gemacht hat. Das gibt es in Einzelfällen auch. Das ist aber ne Absprachesache. Meist habe ich es aber so erlebt, da es auch viele kleine Agenturen gibt, wo man so was nicht machen konnte, wo man eher so ´n Allrounder ist, der wirklich alles machen muss. Und ähm, das ist schon manchmal sehr anstrengend" (Interview 17).

„Aufgrund, dass ich vor sieben Monaten Vater geworden bin, ist im Moment das Belastende die späten Arbeitszeiten. Wenn mal Veranstaltungen anliegen wie jetzt z.B. hier in Bremen im Rahmen des Bremer Freimarkts drei Wochen täglich von 14 bis 6 Uhr morgens" (Interview 4).

Solch hohe private Opfer können nur für einen Beruf aufgebracht werden, der den Ausübenden etwas emotional Positives zurückgibt, wie die allgemeine Freude an der Arbeit, die Anerkennung auf erfolgreichen Veranstaltungen oder soziale Kontakte in Form von Kundengesprächen und Zusammenhalt im Team (vgl. Kap. 5.2).

5.3.2 Fehlende Erwerbssicherheit durch Einkommensunregelmäßigkeit

Das Eventgeschäft ist saisonal bedingt und die Projekte laufen nicht regelmäßig, sondern sind abhängig von den Geldgebern. Gerade die selbständigen Eventmanager und kleinen Agenturen, mit häufig nur wenigen und dafür größeren Auftraggebern, haben in diesem Zusammenhang mit Unregelmäßigkeiten und möglichen Ausfällen in projektarmen Zeiten zu rechnen. Hinzu kommt, dass viele Auftraggeber kurzfristig planen, abspringen oder keine Gelder mehr für Events investieren. Es fehlt Planungssicherheit.

„Das also die öffentlichen Etats schrumpfen. Das ist momentan gerade in Bremen von allen Seiten zu hören. Das ist dann, sag ich mal, desorientiert, weil normal, hat man so, sag ich mal, die Leute im Oktober, November die Planungssicherheit für das kommende Jahr. Gerade speziell in diesem, stehen die alle irgendwie da und sind nur Fragezeichen. Keiner weiß, wer wird jetzt eben noch unterstützt, wer nicht..." (Interview 10b).

Zugleich müssen gerade die Selbständigen trotz stetiger Planungsunsicherheit an ihre Altersvorsorge denken. Sie plagen sich mit der Steuer, Buchführung etc.

„Ja immer natürlich, dass es auch schiefgehen kann. Als Selbständiger ist es schon so: Ich habe de facto keine Altersvorsorge, wenn Sie so wollen. Ich habe nur das, was am Ende des Tages hier übrig bleibt. Und das kann mir immer wieder genommen werden, also einmal durch Misserfolge, dadurch, dass ich möglicherweise nicht mehr arbeiten kann. Oder eben auch durch Steuern (...) Ich steh dafür gerade. Nun ist es natürlich gelungen, nach dieser langen Zeit, 20 Jahre, da ne gewisse Basis zu schaffen, ne gewisse Substanz, also innerhalb der Unternehmen, die wir haben. Aber trotzdem, wenn es schiefgeht, geht es schief" (Interview 5).

5.3.2.1 Hoher Akquiseaufwand und zunehmender Konkurrenzdruck

Eine ebenfalls hohe Belastung für die Agenturen mit Planungsunsicherheit ist, dass sie häufig viel Zeit investieren müssen, um Projekte zu akquirieren und Kundenabsprachen zu treffen. Das Verfassen und Schreiben von Angeboten kostet sehr viel Zeit und Energie, die nicht finanziell und auch nicht immer mit einem anschließenden Projekt honoriert wird. Dies trifft auch die Neueinsteiger in diese Branche.

„Das ist meistens so. Und die... ähm... Unangenehm finden wir auch teilweise die Akquisearbeit. Wo auch hohe Erwartungen gestellt werden. Riesen-Konzepte abgefordert werden, bevor... Ohne, dass schon was gezahlt wird. Viel Arbeit eingebracht wird, ohne dass man eine irgendeine Sicherheit hat den Auftrag auch zu bekommen. Das ist auch was, wo man, glaube ich, auch aufpassen muss, dass man das nicht zu viel macht. Da man sonst krank wird oder irgendwann pleite ist oder so was...“ (Interview 10a).

Zugleich wird von einem Teil der befragten Eventmanager eine Vergrößerung der Konkurrenz wahrgenommen, während die finanziellen Mittel – insbesondere der öffentlichen Auftraggeber - reduziert werden.

„Jeder kann sich Eventmanager nennen, auch wenn er zwei Geburtstage und zwei Hochzeiten organisiert hat. Und jeder Metzgermeister, der zweimal ein Catering für ne Veranstaltung gemacht hat, verkauft sich als Eventveranstalter“ (Interview 14).

Diese zunehmende Konkurrenz verspricht nach Aussage der befragten Personen nicht unbedingt eine Verbesserung der Angebotsqualität. Vielmehr kann das Image des professionellen Eventmanagements leiden, da die Berufsbezeichnung nicht geschützt ist.

5.3.2.2 Finanzielle Begrenzungen trotz hoher Ansprüche

Erschwerend kommt hinzu, dass die Kunden oftmals keine klaren Vorstellungen abgeben und nicht einschätzen können, welcher Arbeits- und somit auch finanzielle Aufwand mit dem Vorlauf und der entsprechenden Organisation eines Projektes verbunden sind.

„Die Projekte sind grundsätzlich eigentlich zeitkritisch. Das heißt, man muss sich Mühe geben, nicht ständig getriebener zu sein, sondern sich alles so aufteilen, dass man irgendwie noch das Zepter in der Hand behält. Dann vielfach Unwissen auf Kunden-seite, das heißt, man arbeitet sehr viel umsonst. Weil die einfach nicht genau definieren können, was sie wollen oder nicht wissen, was welche Dinge kosten. Da wird viel ins Blaue hinein gearbeitet“ (Interview 13).

Zu den fehlenden klaren Vorstellungen kommt oftmals hinzu, dass der Kunde zunehmend höhere Ansprüche stellt.

„Ja, da klafft die Schere oft weit auseinander, sag ich mal, zwischen Kundenvorstellung, wie das Ergebnis auszusehen hat, und äh.. dann freut man sich schon, weil man denkt wow, das wird richtig gut das und dann kommt, na, bei der Frage: was haben Sie für ein Budget, so ein innerer Einbruch. Wo man denkt, och meine Güte, da muss man dann wieder anfangen sehr quer zu denken“ (Interview 10b).

Das Ergebnis, soll in der Regel eine besondere, einmalige Veranstaltung werden die möglichst nachhaltig im Gedächtnis der Leute haften bleibt. Egal, ob für die Umsetzung viel oder wenig Geld veranschlagt wird. Auf diesen Anspruch müssen sich die Eventmanager einstellen und entsprechend mit wenig Budget jonglieren, um den Kunden trotzdem zufrieden zu stellen.

5.4 Umgang mit Anforderungen und Belastungen des beruflichen Alltags

Bei dem Beruf des Eventmanagers ist es wichtig, wie die dargestellten Anforderungen und Belastungen zeigen, dass ein Ausgleich zu dem häufig stressigen und vor allem auch unregelmäßigen Arbeitsleben geschaffen wird. Der zeitlich flexible, stressorientierte Lebensstil wird auch von den Befragten als eher ungesund wahrgenommen. So wird in Zusammenhang mit der Frage nach einer Strategie für den Umgang mit Belastungen gespöttelt: „*Rauchen und Trinken*“ (Interview 10a) oder „*Ich habe einen guten Arzt*“ (Interview 18).

Insgesamt verfolgen die befragten Eventmanager und Eventmanagerinnen sehr unterschiedliche Wege und Strategien, um mit den beruflich bedingten Belastungen und Anforderungen klar zu kommen. Wie bereits mehrfach erwähnt, ziehen die Befragten ihre Hauptenergie und Arbeitsmotivation aus ihrer Freude an dem Beruf.

5.4.1 Intensives Nutzen von Zeitnischen

Eine verwendete Strategie um die mangelnde Freizeit auszugleichen ist, dass versucht wird Freiräume intensiver zu nutzen. So wird die gering bemessene Zeit intensiver genossen sowie zur Entspannung und Pflege sozialer Kontakte genutzt.

„Also, für mich ist es nicht ganz so schlimm, da ich es wirklich sehr sehr gerne mache. (...) Die Veranstaltungen an sich, das ist dann... ja, es macht Spaß! Das ist dann einfach so...ja, schön. Deshalb finde ich es nicht ganz so schlimm und ansonsten guckt man schon, dass man in der Freizeit – wenn man sie hat – das dann irgendwie genießen kann. Dass man auch ruhige Phasen hat. Dass man auch mal ausschläft, wenn man die Zeit dazu hat und ähm, eben auch so ´n bisschen Ausgleich schafft. Bisschen Sport oder ähnliche Sachen“ (Interview 17).

Da die saisonalen Auftragsschwankungen auch Auswirkungen auf die Arbeitsintensität haben, werden ruhigere Phasen zum einen genutzt, um Sachen abzuarbeiten und Büroarbeiten zu erledigen. Zum anderen wird in dieser Zeit „verschnauft“ und Kraft gesammelt.

Auf die Frage, „Wie kommen Sie mit den Anforderungen und Belastungen des Berufes zurecht?“ antwortete somit eine befragte Person:

„Eigentlich sehr gut, wobei immer in diesem Bereich es Phasen gibt, wo z.B. man sehr saisonabhängig ist, also über die Sommermonate, wo es dann sehr, sehr stressig wird, und wo man manchmal mehr oder weniger rund um die Uhr unterwegs ist. (...) Ja, also, bei uns ist es so strukturiert, dass unsere Haupttätigkeit so in den Sommermonaten liegt, von März bis Oktober, die anderen Monate doch relativ ruhig sind, wo man dann von der Zeitstruktur her in feste Bahnen reinkommt, wo mehr Bürotätigkeit angesagt ist“ (Interview 15).

Für die sehr mobilen Eventmanager, die für ihre Veranstaltungen auch eine hohe Flexibilität bezüglich des Wohnortes in Kauf nehmen, sind diese Zeitnischen besonders wichtig. Zumal sie in dieser Zeit ihre sozialen Kontakte an einer festgelegten „Basisstation“ aufrechterhalten können.

„Sinnvollerweise sucht man sich so seine persönlichen Nischen, mit denen man Ausgleich schaffen kann, über die 2 Jahre hinweg. Wichtig ist auch, dass man noch eine Basisstation hat. Wie die meisten unserer Mitarbeiter auch, habe ich einen Erstwohnsitz, der in Süddeutschland, also meiner eigentlichen Heimat liegt, und ziehe mit der Zweitwohnung alle 2 Jahre um, dann hat man immer noch bisschen den Ausgleich.“ (Interview 9)

Während der Organisation der Veranstaltungen bleibt somit für viele der Befragten kaum Zeit und Möglichkeit zu entspannen. Dafür kann das Abschalten nach der Durchführung einer erfolgreichen, gelungenen Veranstaltung offensichtlich intensiver und befriedigender wahrgenommen werden. Der Eventmanager hat sich die Auszeit verdient.

„Im Prinzip einfach nur abschalten. Und das macht man ganz gut, wenn wirklich eine Veranstaltung über 2 Tage läuft, und nach diesen 2 Tagen wirklich der Cut fällt, dass diese Veranstaltung vorbei ist. Man sieht die Besucherzahlen, man hat gemerkt, dass die Besucher zufrieden sind, dann ist man selbst auch glücklich. Also, das ist wirklich ein Glücksgefühl und dann vergisst man die ganzen Stress-Sachen, die während der Veranstaltung oder auch vor der Veranstaltung gelaufen sind. Man tut sich einfach was gutes, und dadurch geht es schon von alleine, also kommt man da eigentlich recht schnell wieder runter“ (Interview 6).

5.4.2 Zusammenhalt im Team und Rückhalt durch Andere

Für die Teamplayer unter den Eventmanagern, die einen großen Teil der Befragten ausmachen (vgl. Kap. 4.1.2), sind die Kollegen eine starke Stütze.

„Was speziell in meiner Firma, denke ich, wahnsinnig hilft, ist die Firma an sich, was ein ganz toller Umgang miteinander ausmacht. Das heißt ich habe nie das Gefühl, gerade wenn ich in Stress gerate, vielleicht sogar Panik, plötzlich, so was kann einen ja mal überkommen, ‚ach du Schande, ich schaffe das alles nicht‘, dass man dann jemanden hat, man weiß, ich kann jederzeit jemanden ansprechen und der hilft mir. Man kann Dinge noch mal durchsprechen, und dass jeder gewillt ist, dass das Projekt einfach läuft. Es ist ein unglaublicher Zusammenhalt. Es geht nie darum, wenn irgendetwas schief läuft, dann wird zwar gesagt ‚Mist, das sollte so nicht sein‘, aber es wird da nicht drauf rumgeritten, und man fühlt sich nicht tagelang schlecht, sondern gemeinsam versucht man das Problem wieder zu beheben. Das ist etwas, ähm, ja, was mich sehr beruhigt, weil ich weiß, dass ich in Stresssituationen nicht alleine davor stehe“ (Interview 2).

„Das ist ein sehr wichtiger Punkt. Gerade so in unserem kreativen Bereich ist das sehr wichtig, dass man, gerade wenn man nicht allein arbeitet, dann mit Menschen zusammen, mit denen man wirklich gut klarkommt. (...) Darum ist auch das Team in dem wir arbeiten auch.... Da laden wir doch so aneinander ab, trösten uns gegenseitig und fangen uns auch gegenseitig auf (in direkter Ansprache der Kollegin) - Also, wenn du da mal ´nen Depri hast, dann sag ich dir das geht schon weiter und du sagst es mir genauso“ (Interview 10a).

Bei den Selbständigen und Einzelkämpfern nimmt anstelle der Mitarbeiter und des Teams die Familie häufig eine wichtigere Rolle ein. Sie sorgt für Zerstreung und lässt keine Zeit, sich mit den negativen Seiten des Berufslebens länger als notwendig zu beschäftigen.

„ (...) dadurch, dass ich zwei Kinder habe und wir sehr viel auf Reisen sind und nach dem abgeschlossenen Projekt das nächste gleich wieder ansteht hat man da eigentlich gar keine Zeit sich Gedanken zu machen, dass es jetzt Stress gewesen sein könnte.“ (Interview 7).

5.4.3 Probleme als Herausforderungen meistern

Es wird sehr viel Kraft aus den positiven Seiten des Berufslebens gezogen. Interessant ist, dass die größeren Herausforderungen, auch wenn sie zunächst vielleicht als eine Belastung wahrgenommen werden, längerfristig als lösbare Probleme akzeptiert werden.

„Ich komme damit gut zurecht. Ich brauche nicht so viel Schlaf. Und für mich überwiegt das Positive an den Herausforderungen, dass ich mir halt meine Arbeit selber gestalten kann und sehr viel Freiheiten habe. Da stören mich halt diese Einschränkungen nicht“ (Interview 13).

„Sie ist das, was ich wollte und ich stelle mich der Anforderung...ich bin zufrieden“ (Interview 21).

Vielleicht ergibt sich gerade hieraus auch die Suche nach dem Nervenkitzel (vgl. 5.2.6), da gelöste Probleme eine hohe Selbstsicherheit und Befriedigung mit sich bringen.

5.4.4 Reduktion der laufenden Kosten und persönlichen Ansprüche

Die meisten von uns befragten Personen sind sich bewusst, was dieser Beruf auch negative Seiten (Stress, flexible Arbeitszeiten, fehlende Planungssicherheiten) mit sich bringt. Diese Belastungen verstärken sich, wenn von dem beruflichen Erfolg die persönliche Existenz sowie die Absicherung weiterer Angestellter abhängt. Berufsanfänger unter den Befragten, insbesondere in einem Angestelltenverhältnis, haben keine großen Befürchtungen hinsichtlich ihrer Zukunft. Sie sehen bei Misserfolg oder Überdruß in ihrem Unternehmen die Möglichkeit, bei einer anderen Agentur neu anzufangen oder in einer anderen Sparte unterzukommen. Die langjährig Selbständigen hingegen, sehen für sich kaum eine andere berufliche Option. Sie kämpfen um den Erhalt ihrer Arbeit und sind auch entsprechend bereit, ihre persönlichen Ansprüche zu reduzieren.

„Und das sind ja auch so Sachen, die macht man mit einer gewissen Leidenschaft. Die kann man auch nicht nur wegen des Geldes machen. Weil dafür ist das zuviel Arbeit für zuwenig Geld...(…) Wir leben am Existenzminimum (lachen). Nein. Ja, was denken Sie? Wir sind immer bemüht unsere Kosten niedrig zu halten. Wir protzen nicht so doll, wie Sie auch sehen, mit unserem Büro. Solche Geschichten... da sind wir auch relativ diszipliniert, ne? Das uns das wirklich auch bewusst ist, dass uns morgen auch was Großes weg brechen kann“ (Interview 10a).

Neben der Ausstattung des Büros wird auch bei den Angestellten gespart, um unsichere Zeiten überbrücken zu können und die Verantwortung in diesem Bereich gering zu halten. Die allgemeine Planungsunsicherheit (vgl. 5.3.2) beschränkt häufig eine Expansion. Dies bedeutet wiederum mehr Arbeit für die Selbständigen, die diese mit ihrer Motivation und „beruflichen Leidenschaft“ auffangen müssen.

5.5 Zufriedenheit mit der Berufswahl

Insgesamt wird in fast allen Interviews deutlich, dass die befragten Personen „zufrieden“ und zum Großteil sogar „sehr zufrieden“ mit ihrer Berufswahl sind. Die mit dem Beruf verbundenen Belastungen werden häufig zugunsten des „Traumjobs“ akzeptiert.

„Mehrarbeit (Überstunden und Wochenendarbeit, Besuch auf Messen etc.) nehme ich gern in Kauf für ein erfolgreich, abgeschlossenes Projekt“ (Interview 20).

Die Anerkennung durch Kunden und der (ökonomische) Erfolg bestimmen dabei maßgeblich die Zufriedenheit mit der eigenen Leistung.

„Die Frage ist natürlich... Klar, es könnte immer besser laufen, aber es läuft sehr gut, unsere Kunden sind sehr zufrieden, wir haben einen sehr, sehr guten Ruf, und von dem her kann's net so falsch sein“ (Interview 8).

„Ich würde schon sagen, im Moment sehr zufrieden, weil wir haben auch (...) zehn Jahre lang einen immensen politischen Druck gehabt. Wir haben zehn Jahre lang auch keine Gewinne gemacht. Im Gegenteil waren wir kurz davor zu sagen: das lohnt sich alles nicht. Und jetzt ist in den letzten zehn Jahren son Turnaround gekommen: wir haben bessere Zinskonditionen bei der Bank. Und wir haben auf irgendeine Art einen Aufschwung erfahren, von dem ich selber gar nicht weiß, wo der herkommt, weil in Bremen dauert es auch länger, sich durchzusetzen. Das muss man einfach sagen. Das Gedächtnis für Misserfolg ist unglaublich groß, und für Erfolge ist das Gedächtnis ganz klein. (...) Ja, das macht zufrieden. Schlussendlich der ökonomische Erfolg, auch die Zusammenarbeit mit Mitarbeitern, mit anderen, das sind Dinge, die machen dann Spaß“ (Interview 5).

5.6 Kurzzusammenfassung und Zwischenfazit

Eventmanagement bzw. Veranstaltungsorganisation ist ein Arbeitsfeld, für das die ausführende Person „berufen“ und mit Herzen dabei sein sollte. Neben dem Ausleben der Kreativität und der Vielzahl interessanter Kontakte ist es die Veranstaltung an sich, die den Eventmanagern viel Arbeitsmotivation verschafft. Dort erleben sie ein Kribbeln, stellen sich Herausforderungen und bekommen direktes Feedback zu ihrer Arbeit, von den Gästen ebenso wie von ihrem Auftraggeber. Je nach Veranstaltungsart können sie sogar ganz persönliche Ideale über verschiedene Programminhalte oder Rahmengenheiten transportieren.

Der Beruf des Eventmanagers verlangt viel Engagement. Insbesondere die sehr flexiblen Arbeitszeiten, die sich häufig auf den Abend und auch das Wochenende erstrecken, bieten sicherlich Vorteile, sind jedoch für die meisten Eventmanager belastend für das Privatleben. Ebenso wird die Selbstständigkeit des Arbeitens als sehr positiv bewertet. Zur Folge hat sie allerdings, dass eine finanzielle Sicherheit fehlen kann und viel Zeit in zum Teil sehr undankbare Büro- und Akquisearbeit investiert werden muss.

Es bleibt zusammenzufassen: Insgesamt sind die im Rahmen dieser Studie befragten Eventmanager und Eventmanagerinnen mit sich und ihrer Arbeit zufrieden, egal ob sie als Quereinsteiger begonnen haben oder aber gezielt diesen Berufsweg gewählt haben.

6 Kompetenzen und Qualifizierung

Der dritte Abschnitt der qualitativen Studie beschäftigt sich mit den Kompetenzen der interviewten Eventmanager und Eventmanagerinnen und ihrer Aus- und Weiterbildung für den Bereich Eventmanagement. Wie bei den anderen Abschnitten basiert die Darstellung auf den Einschätzungen der Interviewpartner. Aufgenommen werden auch der persönliche Werdegang und die jeweilige berufliche Qualifizierung.

6.1 Gliederung des Kompetenzprofils

In den Interviews werden unterschiedliche Ebenen eines Kompetenzprofils angesprochen. Unterschieden werden sollen im Weiteren drei Ebenen.

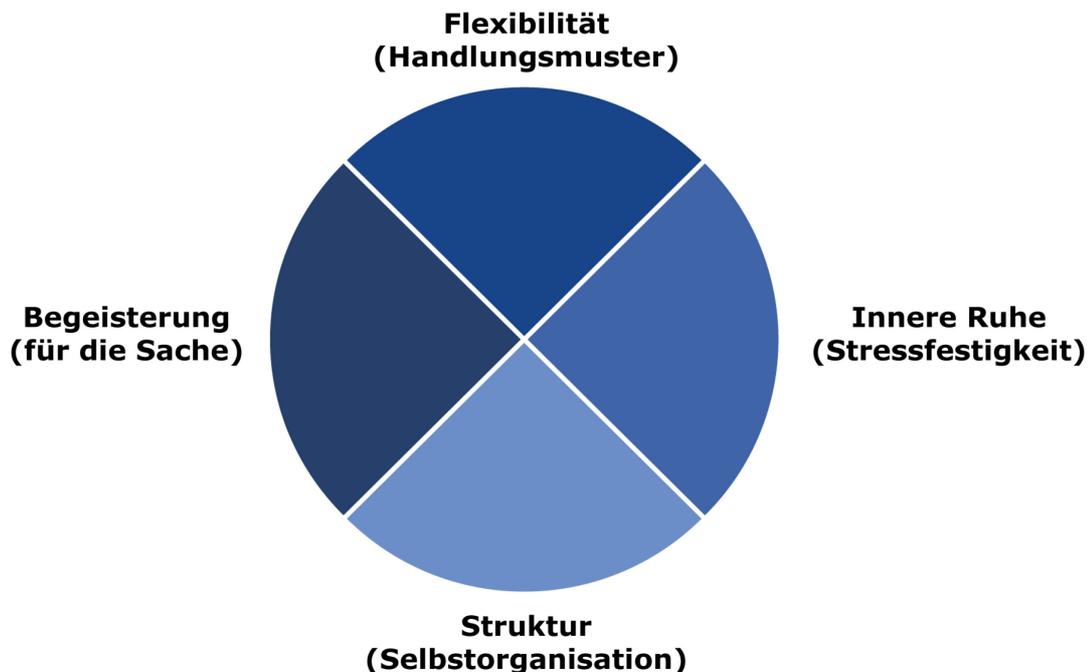
Kernbereich: Hierbei geht es um ein individuelles Persönlichkeitsprofil mit emotionalen und kognitiven Aspekten.

Managementbereich: Hierbei geht es um drei wesentliche Aspekte für das Management von Events und die entsprechenden Handlungskompetenzen: Organisation/Planung, Leitungskompetenzen und kommunikative Kompetenzen.

Wissensbereich: Hierbei geht es um verschiedene Wissensbereiche, die ein eigenständiges Handeln als Eventmanager ermöglichen: wirtschaftliche, rechtliche und technische Kenntnisse, Wissen im Bereich Eventdidaktik, der Informations- und Kommunikationstechnologien und Szenekenntnis.

6.2 Kernbereich: individuelles Profil

Abb. 1: Modell Persönlichkeitsprofil



6.2.1 Emotionale Dimension

Die emotionale Dimension zeichnet sich durch zwei Pole aus. Ein Eventmanager sollte von seiner Sache begeistert sein, „Liebe zum Beruf“ haben und damit auch andere mitziehen und gewinnen können. Man muss Spaß daran haben, ist die Meinung vieler Gesprächspartner, trotz der manchmal auch etwas anstrengenden Seiten des Berufs, sonst ist man nicht „der richtige Typ“ dafür. Begeisterung ist auch wichtig, um anderen seine Ideen zu „verkaufen“. „Begeisterungsfähigkeit“ wird als Voraussetzung für die Ausfüllung der kreativen Seite des Eventmanagements angesehen und für das Meistern anspruchsvoller Herausforderungen.

„Eigentlich ist es am wichtigsten, dass man Spaß an dieser Sache hat. Und diese tollen Ideen auch dem man es gegenüber verkaufen soll, verkaufen kann... Ja. Ob es dafür einen Begriff gibt, weiß ich nicht“ (Interview 7).

Der andere Pol der emotionalen Dimension betrifft die eigene „innere Ruhe“. Eventmanager müssen auch in stürmischen Zeiten ihrer Tätigkeit Ruhe bewahren können. Sie sollten „stressfest“ sein und sich nicht so leicht aus dem Gleichgewicht bringen lassen. Sie müssen als Projektleiter in kurzer Zeit Entscheidungen treffen können, aber sie sollen sich nicht zu vorschnellen Entschlüssen verleiten lassen. Ein ruhiges Wesen ist hierfür eine gute Voraussetzung. Eventmanager haben den Druck, dass eine Veranstaltung zu einem ganz bestimmten Termin „stehen muss“ und nicht verschoben werden kann. Nicht „in Panik geraten“ ist auch eine wichtige Grundregel, damit die Auftraggeber zufriedengestellt werden können und ein sicheres Grundgefühl vermittelt bekommen.

„Man muss immer Ruhe bewahren. Das ist die erste und oberste Pflicht. Also man darf nicht son hibbeliger Typ sein. Erstmal, einer kommt an und erzählt einem ne Mördergeschichte, dann gibts aber noch zwei andere, die erzählen einem was ganz anderes. Erstmal: Ruhe bewahren. Anhören: was sagt der, was sagt der, was sagt der. Und denn lass uns mal überlegen, was kanns denn sein? Also, schnelle Entscheidungen aber keine vorschnellen“ (Interview 11).

6.2.2 Kognitive Dimension

Die kognitive Dimension weist ebenfalls zwei Ausprägungen auf. Die eine Seite könnte als innere Struktur bezeichnet werden und umschreibt die Fähigkeit zur Selbstorganisation. Dies wird in der Selbsteinschätzung der Gesprächspartner als „Organisations-talent“ gesehen. Man muss sich selbst einigermaßen gut organisieren können und eine Struktur für sich haben, um Planungen für andere zu machen, Abläufe und Prozesse vorausdenken zu können. Eventmanagement in größeren Einrichtungen beinhaltet die gleichzeitige Bearbeitung von mehreren Projekten auf einem unterschiedlichen Entwicklungsstand. Jeweils neu ist zu entscheiden, welches Problem gerade gelöst werden muss, Prioritäten müssen festgelegt und wieder verändert werden.

„Man hat halt in der Regel fünf bis zehn verschiedene Projekte aufm Tisch liegen, die ich parallel bearbeiten muss. Und ich muss mir selber einteilen können, welches Projekt ich wann bearbeite, welchen Kunden ich gegebenenfalls schon mal auf einen späteren Termin vertrösten kann“ (Interview 13).

Die andere Seite der kognitiven Dimension könnte als Flexibilität in den Handlungsmustern bezeichnet werden. Hierbei ist an eine Flexibilität der eigenen Zeitpläne und Zeitmuster in einem weiten Sinne zu denken. Eventmanager müssen sich häufig an neue Gegebenheiten anpassen. Arbeiten unter dem Zeitdruck einer Veranstaltung erfordert zudem die Fähigkeit, „improvisieren“ zu können und damit neue Lösungen für drängende Probleme zu finden. Man sollte schnell umschalten können und nicht starr an bestehenden Mustern festhalten. Flexibilität betrifft auch die Erwartungen an die

eigenen Arbeitszeiten. Obwohl Eventmanagement in weiten Phasen Bürotätigkeit beinhaltet, ist dennoch eine flexible Anpassung an die Veranstaltungszeiten im Freizeitsektor, an die Vorstellung von Auftraggebern und Künstlern wichtig. Die Bereitschaft, in diesem Sinne „flexibel“ zu arbeiten, muss da sein.

„Man muss sich natürlich auf diese Veranstaltungen im Einzelnen vorbereiten. Jeder Kunde ist anders, von dem her muss man sich einstellen können auf den Kunden, was der Kunde will. Im Endeffekt verkauft man ein Produkt, eine Veranstaltung, und da ist jeder Kunde anders. Was er präferiert, was er gern haben möchte, und das ist halt die Umstellung, ja. Also, Umstellungsbereitschaft ist da auf jeden Fall sehr wichtig“ (Interview 8).

„Es muss jemand sein, der sich möglichst gut auf neue Situationen einstellen kann, also eine hohe Flexibilität erwarten wir von unseren Eventmanagern auch“ (Interview 9).

„Er muss diese Bereitschaft erstmal mitbringen, Zeit für den Job zu haben - über einen normalen Anstellungsjob hinaus. Was eventuell normal ist bei einer Versicherung oder einer Sparkasse, also morgens sieben Uhr kommen, 16.00 Uhr gehen. Das gibts nicht. Die Grundbereitschaft muss da sein“ (Interview 11).

Beide Aspekte, Struktur und Flexibilität in den Handlungsmustern scheinen gefordert, wenn in einer aktuellen Situation zwischen verschiedenen Vorgängen hin und her gewechselt werden muss und viele Prozesse gleichzeitig die Aufmerksamkeit beanspruchen. Einige Interviewpartner sprechen in diesem Zusammenhang von „Multitaskingfähigkeit“ und meinen damit in Anlehnung an die moderne Computertechnologie eine quasi gleichzeitige Verfolgung, Steuerung und Überwachung von mehreren Vorgängen.

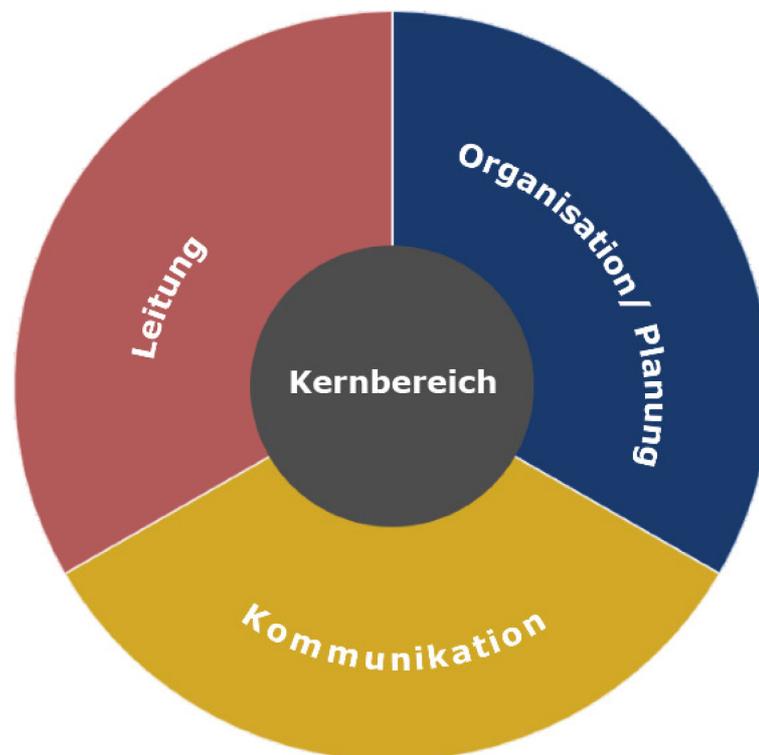
„Man muss multitaskingfähig sein, also viele Dinge gleichzeitig tun können. Wir telefonieren sehr sehr viel. Es kann sein, dass wir bei Veranstaltungen vier, fünf Stunden nur an einem Mobiltelefon hängen. Man ist in der Halle, organisiert noch irgend etwas oder nimmt etwas ab, man kontrolliert was, aber gleichzeitig muss man schon wieder andere Dinge einleiten. Das ist wichtig“ (Interview 11).

6.3 Managementbereich

An den Kernbereich des Persönlichkeitsprofils schließt sich ein zweiter Bereich von zentralen Kompetenzen für das Management von Events an. Hierbei werden drei Sektoren unterschieden: Der erste Sektor umfasst Leitungskompetenzen, der zweite umfasst Kompetenzen im Bereich Organisation und Planung und der dritte zentrale Sektor betrifft die kommunikativen Fähigkeiten.

Die Managementkompetenzen sind in einer mittleren Schicht zwischen dem Persönlichkeitsprofil im Kernbereich und dem Wissensbereich, der äußeren Schale des Event-Kompetenzmodells, angesiedelt. Methodisches Wissen über Organisation, Planung und Leitung spielen hierbei ebenso eine Rolle wie ein breites Erfahrungswissen und die eigene Motivation.

Abb. 2: Modell Management



6.3.1 Leitungskompetenzen

Die von den Interviewpartnern angesprochenen Leitungskompetenzen lassen sich unterschiedlichen Aspekten zuordnen. Eventmanager als Leiter von Hallen, Veranstaltungen oder Event-Projekten brauchen ein Überblickswissen über viele Bereiche, Fähigkeiten, um die Abläufe zu steuern, Kenntnisse und Erfahrungen im Führen von Mitarbeitern eines großen Teams, ein realistisches Bewusstsein über die finanziellen Folgen von Entscheidungen und die Motivation in entscheidenden Momenten selbst mit „anzupacken“.

6.3.1.1 Generalwissen und Überblick

Der Begriff „Generalwissen“ steht für das erforderliche Orientierungswissen von Eventmanagern, das die Steuerung komplexer Prozesse möglich macht. Um die richtigen Entscheidung treffen zu können, muss man von vielen Dingen des Eventmanagements eine Ahnung haben: Organisatorische Abläufe, rechtliche Bedingungen, Technik, Künstler usw. Von allem etwas zu wissen, ist wichtig, um den Überblick behalten zu können. Die Ausführung erfolgt in der Regel durch Spezialisten. Generalwissen signalisiert auch Kompetenz nach außen: an Partner, Kunden usw. Und es hat mit den Fachsprachen der jeweiligen Gewerke zu tun. Kenntnis der Fachbegriffe und Strukturen ist ein Teil des Generalwissens.

„Du stehst irgendwann als Chef in der Halle, dann kommt der Lichtmann mit einem Problem mit dem Tonmann auf dich zu, der blockiert mit der Box sein Licht und du bist der Entscheider. Dafür musst du verstehen, wieso der Tonmann die Box da hingestellt hat, sonst kannst du keine Entscheidungen treffen. Eine grobe Ahnung reicht, kein

Detailwissen, aber ein Überblick, das Grundprinzip, um die Leute zu steuern und Entscheidungen zu treffen" (Interview 14).

„Ich muss alles wissen. Aber das ist genau so, wie wenn Sie Gastronomie machen. Sie müssen im Grunde von allem was wissen. Man muss an allem Interesse haben und im Grunde genommen auch alles alles alles wissen. Das geht überhaupt nicht. Kaufmännische Qualifikation, sicherheitstechnische Qualifikation, Versammlungsstättenverordnung, einschlägige Gesetzeslagen" (Interview 5).

6.3.1.2 Steuern als Kernkompetenz

Ein ganz wesentlicher Kompetenzbereich ist das Steuern der verschiedenen Teilprozesse. Beim Eventmanager fließen die verschiedenen Informationen zum geplanten Ereignis zusammen. Er muss Einsätze planen, eingreifen, etwas beschleunigen oder bremsen. Das Ziel ist eine gelungene Veranstaltung. Eventmanager müssen dafür Fähigkeiten zur Wahrnehmung der laufenden Prozesse trainieren, Einschätzungen treffen und Maßnahmen einleiten können. Vergleichbar erscheint diese Funktion einer Bauleitung auf einer Baustelle. Steuern heißt dabei auch, Informationsflüsse zu organisieren, alles „in die richtigen Kanäle“ zu bringen.

„Wir haben für alle Gewerke, sei es Technik, Messebau, Dekoration, Möblierung usw., Grafik, Medienproduktion halt freie Mitarbeiter und oder Lieferanten, mit denen wir zusammenarbeiten, die denn im Vorfeld gebrieft von uns werden, von uns beauftragt werden und auch in unserem Namen tätig sind, und die dann vor Ort halt gesteuert werden von uns" (Interview 13).

„Es läuft alles über die Veranstaltungsleitung. Ich stehe ganz oben an der Spitze. Wir heißt, ich bin nicht allein, ich habe zwei Kolleginnen, die auch Veranstaltungen durchführen, wir teilen uns die auf. Aber wir stehen ganz oben an dieser Spitze, sind eigentlich diejenigen, die dann alle Informationen in die Kanäle weitergeben, die wir drunterstehend haben" (Interview 11).

„Man muss Situationen einschätzen können bei gewissen Veranstaltungen im Eventbereich. Und wenn Sie Party-Veranstaltungen haben, dann müssen Sie auch mal die Sicherheitslage prüfen können. Wenn man gewaltbereites Publikum da hat..." (Interview 11).

Eine Variante des Steuerns ist die Veranstaltungsleitung vor Ort beim jeweiligen Event. Hier erscheint der Begriff „Regie“ passender. Es geht dabei um die relativ schnelle Gestaltung von dynamischen Prozessen, die Abstimmung vor Ort und eine stimmige Inszenierung. Hierbei spielt auch eine Rolle, im Einklang mit der eigenen inneren Struktur sein, mehrere Dinge gleichzeitig tun und steuern zu können.

6.3.1.3 Steuerung von Großevents

Je nach Position des Eventmanagers oder der Eventmanagerin kann das Steuern einen großen Teil der Arbeit umfassen. Bei einem Großevent bilden sich zudem andere Strukturen heraus als bei kleineren oder mittleren Events. Je größer der Event, desto vermittelter sind die Kontroll- und Eingriffsmöglichkeiten der Eventleitung. Entsprechend sind andere Kompetenzen der Steuerung gefragt. Bei einer Größenordnung von 100.000 Besuchern läuft die Steuerung über Medien, hierarchisch organisierte Abteilungen oder Unterabteilungen und entsprechende „Melde- und Befehlsketten“.

„Ich bin nie draußen auf der Straße. Während der Veranstaltungstage selbst richten wir eine so genannte Organisationsleitung ein, d.h. wir 2 Geschäftsführer plus noch 3, 4 Ehrenamtliche, die viel Erfahrung haben mit der Veranstaltung, wir setzen uns an

einen Tisch, haben ganz, ganz viele Telefone, mehrere Beamer, die z.B. Lifebilder von Füllgraden von Veranstaltungshallen an die Wand werfen, dass wir rechtzeitig Veranstaltungsorte schließen, falls sie überlaufen sollten. Wir steuern diese 2500 Veranstaltungen quasi zentral von einem Tisch aus, d.h. wir sehen von den Veranstaltungen vor Ort draußen gar nichts" (Interview 9).

„Bei kleinen Veranstaltungen mag das anders sein, aber auf einer Großbaustelle, da gibt's Befehlsketten. Das funktioniert nicht anders. Da kann ich auch nicht mit jedem einzelnen Handwerker einzeln sprechen und denen das alles erklären, das geht nicht! Da holt man sich deren Chef her, gibt die Informationen weiter und der hat die dann zu verteilen. Das ist dann nicht mehr meine Aufgabe. Sondern es gibt klare Befehlsketten, es gibt Strukturen und jeder Bereich hat wieder seinen Leiter und ich spreche dann letztendlich nur mit dem Bereichsleiter. Man kann nicht mit jedem Einzelnen sprechen. Das sind klare Befehls- und Meldekette und das geht ab einer gewissen Größe nicht anders" (Interview 14).

6.3.1.4 Führen und Entscheiden

Verbunden mit dem Aspekt des Steuerns, aber doch etwas abzugrenzen, sind Fähigkeiten zum Führen eines großen Teams und zum Treffen von Entscheidungen. Hierbei wird durchaus eine gewisse „Durchsetzungsfähigkeit“ erwartet. Bisweilen sind „klare Ansagen“ gefragt, um alle Beteiligten auf den richtigen Weg zu bringen. In Konfliktsituationen oder zur Problemlösung müssen vom leitenden Eventmanager unter Zeitdruck schnell Entscheidungen gefällt werden. Eventmanager müssen bereit sein, Entscheidungen zu fällen, auch wenn ihnen nicht alle Informationen vorliegen. Dies bedeutet aber auch: Sie müssen die sich daraus ergebenden Konsequenzen für den weiteren Prozess tragen.

„Wenn man Projektleiter ist bei einem größeren Projekt, dann hat man eben 300 Leute zu führen. Angestellte. Dazu kommen noch die ganzen Dienstleister. Und letztendlich ist man für die Einhaltung der Terminpläne, für das Arbeiten der Angestellten und so, ist man verantwortlich. D. h., man muss die führen, man ist verantwortlich für das was die tun. Und man muss natürlich das alles in so einem Rahmen machen, dass die Leute auch motiviert sind. Dass sie in einem Umfeld arbeiten können, das ihnen gefällt. Bringt nichts, wenn man irgendwo hingehst und die alle zusammenschießt, sondern das ist mehr so Diplomatie, Personalführung" (Interview 14).

Unterschiedliche Führungsstile mit mehr oder weniger Freiraum für die untergeordneten Mitarbeiter zur Bearbeitung von Aufgaben können beim Eventmanagement eine Rolle spielen. Letztlich trägt die Leitung jedoch die Gesamtverantwortung für das Gelingen. Erfahrungswissen und unterschiedliche Rahmenbedingungen von Veranstaltungsorten, Eventgrößenordnungen und Teams beeinflussen die Führungsstile der Eventmanager.

„Man muss durchaus teamfähig sein, und von unseren Abteilungsleitern erwarten wir dann gerade in diesen Phasen eine gewisse Durchsetzungsfähigkeit. Es geht sowohl drum, dass man alles mit seinem Team abstimmt, dass kooperative Führungsstile gepflegt werden, und dann aber auch weiß, dass man am Ende doch auch Entscheidungen treffen muss" (Interview 9).

„Aber de facto ist es am Ende so, wir leben zwar in der Demokratie, aber eine Projektführung kann keine Demokratie sein. Es muss irgendwo einen geben, der letztendlich Entscheidungen trifft. Das Schlimmste ist, wenn Entscheidungen getroffen werden müssen und es ist keiner da, der sie trifft. Das geht nicht, also dafür ist das Business zu schnelllebig. Du kommst auf eine Baustelle, stellst plötzlich fest das und das Problem taucht auf, dann muss jetzt in dem Moment eine Entscheidung her. Und die hat dann

auch Konsequenzen, aber die muss man treffen! Und meistens hat man bei Veranstaltungen, weil die Terminpläne und so so dicht sind, nicht die Zeit, dass man sagt, ja lassen wir es halt, machen wir morgen weiter, weil die ganzen Dienstleister die danach kommen sind ja so terminiert, dass der heute fertig wird. Deshalb muss man Entscheidungen treffen. Klar kann man dann anhören, was andere dazu meinen. Aber letztendlich bestimmt einer, und zwar der Projektleiter, am Ende bin ich das. Das geht nicht anders" (Interview 14).

„Aufgaben gut verteilen, Verantwortlichkeiten verteilen können. Und dann natürlich, dass ist auch eine Frage des Stils, also, ob sie das hierarchisch gestalten oder ob sie das eher flach halten. Ich bin eigentlich eher jemand, der die Leute selber machen lässt. Und es selber entscheiden lässt. Und das eher vom Resultat her betrachtet. Ich kenne aber viele Kollegen, die das nicht mögen, weil sie leben dann auch vielmehr mit Fehlern oder müssen mit Fehlern leben, die andere verursachen, und die dann auch akzeptieren. Sonst müssen sie wieder alles alleine machen. Und in dem Fall, dass mehrere das machen, müssen sie auch damit rechnen, dass andere Leute das nicht richtig machen" (Interview 5).

6.3.1.5 Budgetkontrolle als „Gefühl für Zahlen“

Den Leitungskompetenzen ist ebenfalls die Kontrolle über die finanziellen Auswirkungen von Entscheidungen zuzuordnen. Sehr allgemein wird dies von einigen Gesprächspartnern mit dem Begriff „Zahlenverständnis“ umschrieben, das man als Eventmanager oder Eventmanagerin haben sollte, um erfolgreich zu sein. Insbesondere für selbstständige Eventmanager steht dahinter eine Risikowahrnehmung bezogen auf die eigene wirtschaftliche Existenz. Das Risiko des wirtschaftlichen Scheiterns steht natürlich immer im Raum. Letztlich haben Selbstständige bei allen Budgetentscheidungen, die getroffen werden, „den Hut auf“, sind also voll verantwortlich. Budgetkontrolle wird in den Interviews aber nicht als kleinteilige organisatorische Tätigkeit angesprochen. Eine genaue Planung des Erfolgs von Events ist manchmal ja auch gar nicht möglich, sie entspringt eher einer zahlengestützten, aber doch auch intuitiven Abwägung von Chancen und Risiken. Kompetenz in diesem Sektor stützt sich auf Szeneerfahrung, sehr allgemeinen betriebswirtschaftlichen Grundsätzen (mehr einnehmen als ausgeben) und auf Erfahrungen mit erfolgreich umgesetzten Projekten.

„Dann muss man natürlich mit Zahlen umgehen können. Wenn man eine Veranstaltung nicht kalkulieren kann: Ausgaben auf die eine Seite, zu erwartende Einnahmen auf die andere Seite, dann kann man da auch nichts werden" (Interview 11).

„Ja immer natürlich, dass es auch schiefgehen kann. Als Selbstständiger ist es schon so: Ich habe de facto keine Altersvorsorge, wenn Sie so wollen. Ich habe nur das, was am Ende des Tages hier übrig bleibt. Und das kann mir immer wieder genommen werden, also einmal durch Misserfolge, dadurch, dass ich möglicherweise nicht mehr arbeiten kann. Oder eben auch durch Steuern" (Interview 5).

6.3.1.6 Anpacken

Insbesondere im Bewusstsein der Mitarbeiter von kleineren Eventveranstaltern spielt auch das eigene praktische Mitwirken am Event, wenn die Situation es erfordert, eine Rolle, um Glaubwürdigkeit als Leitung auszustrahlen. Man sollte sich „für nichts zu schade sein“. Das heißt, sich nicht dünkelhaft von anderen Mitgliedern des Eventteams abgrenzen, sondern Führungskompetenz auch über zupackendes und beherztes Eingreifen im Sinne des gemeinsamen Ziels signalisieren.

„Man sollte sich aber auch nie scheuen auch selber ordentlich mit anzupacken und seinen Mitarbeitern mit gutem Beispiel und Enthusiasmus vorangehen, sonst bist du nicht glaubwürdig“ (Interview 3).

„Wenn man jetzt zum Beispiel irgendwo, ähm, ja, mit den Leuten ein tolles Event am Strand hat. Wenn man sieht, die schaffen das jetzt nicht, da wird jetzt irgendwie was gebraucht, dass man dann auch mal ein Tablett in die Hand nimmt und damit mal rumläuft. Ja so etwas zum Beispiel“ (Interview 7).

6.3.2 Kompetenzen im Bereich Organisation/Planung

Viele, die noch wenig mit der Organisation von Events zu tun hatten, stellen sich die Arbeit recht schillernd und durch spannende Aktionen bestimmt vor. Aus den Interviews wird jedoch deutlich, dass ein großer Teil der Arbeit auf den Bereich der Organisation und Planung von Veranstaltungen entfällt. Es ist Projektarbeit mit bestimmten Zielvorgaben, Zeitplänen und Arbeitspaketen. Man ist arbeitsteilig in einem größeren Team tätig, und viele Aufgaben sind vom Büro aus mit Telefon und Computer zu erledigen. Die erforderlichen Management-Kompetenzen sind auf die Vorbereitung und erfolgreiche Umsetzung von Veranstaltungen bezogen. Hierzu gehören auch viele kleine organisatorische Dinge, Absprachen und Regelungen.

6.3.2.1 Projektarbeit und Teamarbeit

Kennzeichnende Prinzipien für die Managementkompetenzen im Bereich Organisation und Planung sind die Aspekte Projektarbeit und Teamarbeit. Projektarbeit ist dabei als zeitlich befristete Verfolgung und Umsetzung von Zielen zu verstehen. Die geforderten Kompetenzen haben hier eine stark motivationale Komponente. Man muss mit starkem Leistungseinsatz das Projekt in begrenzter Zeit zum Erfolg führen.

„Es muss jemand sein, der für Projektarbeit geeignet ist, weil es in der Regel so ist, auch bei den einzelnen Vorveranstaltungen, man arbeitet fast ausschließlich im Projektmanagement. Man hat einen vorgegebenen Rahmen, Ziele festgelegt, ein paar milestones zwischendrin festgelegt, und dann ist das Projekt auch wieder fertig. Man muss durchaus in der Lage sein, es sind jetzt mal 3, 4 Monate, an denen auch abends gearbeitet werden muss, um das Projekt durchzuziehen, aber danach sind mal wieder 5, 6 Wochen mehr die 9 to 5 Jobs“ (Interview 9).

Teamarbeit meint in diesem Zusammenhang die Fähigkeit, arbeitsteilig mit vielen anderen an einem solchen Ziel dran zu bleiben. Hier kommt es auf saubere Schnittstellen und eine gute Dokumentation der einzelnen Schritte an, damit andere Teamplayer übernehmen können. Die Vorbereitung und Umsetzung von Events stellt sich dar als Kleinarbeit, bei der Genauigkeit, Ordnung und Regelmäßigkeit, realistische Zeitplanung und Disziplin gefragt erscheinen.

„Wichtig ist auch, wo ich auch noch am arbeiten bin, das ist auch nicht so meine Stärke, aber das Arbeiten im Team. Man muss teamfähig sein, natürlich. Ganz wichtig. Und man muss lernen, das ist tatsächlich etwas, das man lernen kann, strukturiert zu arbeiten, nicht nur für sich, sondern auch für die anderen. Das kann ja immer mal sein, dass gerade am Tag vor Veranstaltung jemand krank wird, irgendwas ist, dass man nicht kommen kann. Und dann muss das jemand übernehmen können, und das muss sofort aus den Unterlagen, aus der Ablage erkennbar sein, wo ist der Stand, was muss noch erledigt werden, usw. Das ist auch ein ganz wichtiger Punkt“ (Interview 2).

6.3.2.2 Koordination als Bürojob

Das Alltagsgeschäft eines Eventmanagers bzw. eine Eventmanagerin ist angefüllt mit vielen kleinen und größeren Problemlösungen. Computer und Telefon sind die entscheidenden Werkzeuge. Eins der wichtigen Ergebnisse ist eine zeitliche Koordination von Personen, Ereignissen, Teilbeiträgen und Leistungen, die zum Gelingen des Events beitragen sollen.

„Viele haben, wenn sie sich überlegen, ich möchte gerne im Eventbereich arbeiten, haben sie die Vorstellung, dass man ständig auf tollen Parties rumhängt, und die tollsten Leute trifft, und ständig unterwegs ist, und ganz kreativ ist. Und das ist natürlich nur ein ganz kleiner Teil. Das Alltagsgeschäft ist doch recht praktisch und beinhaltet eben die Sachen, die ich schon genannt habe, dass man alles koordinieren muss, und telefonieren muss und ständig am Kommunizieren ist. Und nicht unbedingt alles ganz schön ist, man sich nur mit kleinen Stars und Sternchen sich umgibt“ (Interview 2).

6.3.2.3 Organisation und Improvisation

Die planende Tätigkeit von Eventmanagern steht in einer Spannung von vorausschauender Organisation und einer Fähigkeit zur Improvisation beim Scheitern bestimmter Pläne. Als Kompetenz in diesem Sinne kann die Fähigkeit zur Entwicklung möglicher alternativer Problemlösungsmodelle verstanden werden. Abweichend vom Standardmodell, das in den meisten Fällen erfolgreich sein wird, müssen im Einzelfall individuelle Lösungen gefunden werden. Eine gute Planung ist wichtig, um auf außerhalb des Plans auftauchende Besonderheiten noch relativ gelassen reagieren zu können.

„Je besser man vorausschaut, desto leichter hat man es dann bei der Veranstaltung. Also, sich dann überraschen zu lassen von irgendwelchen Sonderwünschen, oder Ereignissen, die dann evtl. eintreffen, ist dann nicht so gut. Das muss man natürlich auch können, bei jeder Veranstaltung passiert irgendwas Unvorhergesehenes, aber die Planung ist schon sehr wichtig“ (Interview 8).

6.3.3 Kommunikative Kompetenzen

Von den meisten Interviewpartnern werden kommunikative Kompetenzen als sehr wichtig für die Arbeit als Eventmanager oder Eventmanagerin erachtet. Dies betrifft das Verhältnis nach innen im Sinne von Teamfähigkeit und sozialer Führungskompetenz. Es wird aber auch betont, wie wichtig kommunikative Fähigkeiten in der Zusammenarbeit mit Kunden, Partnern usw. sind. Die öffentliche Kommunikation mit Medien kann darüber hinaus als ein spezieller Bereich identifiziert werden. Insgesamt spielen soziale Netzwerke und Kontakte im Eventbereich eine zentrale Rolle für den beruflichen Erfolg.

6.3.3.1 Teamfähigkeit und Kommunikationsfreude

Die kommunikativen Kompetenzen werden von den meisten Interviewpartnern als sehr wichtig für die Arbeit eingeschätzt. Gemeint sind hier möglicherweise grundlegende kommunikative Fähigkeiten wie Einfühlungsvermögen, Erkennen unterschiedlicher Botschaften einer Kommunikation, eine gewisse Gewandtheit im Austausch mit anderen, Empathie usw. Gleichwohl kann von einer professionellen Überformung alltäglicher kommunikativer Fähigkeiten ausgegangen werden. Dies wird deutlich in den gewählten Ausdrücken wie „menschliche Führung“ oder „Teamfähigkeit“.

Die Arbeit im Team beansprucht viel Zeit, und man muss auch in den stressigen Situationen der Eventvorbereitung und -durchführung gut miteinander klarkommen. Soziale Fähigkeiten, um sich auf andere einzustellen und miteinander zielorientiert zu arbeiten, müssen als zentral für die Tätigkeit von Eventmanagern angesehen werden.

„Klar, soft skills, die denke ich, unabdingbar sind. Ein großes Maß an Teamfähigkeit ist extrem wichtig. Ein halbes Jahr vor dem Kirchentag kommen unsere Mitarbeiter z.B. zuhause in der Regel überhaupt nicht mehr zum Kochen, so bieten wir als Arbeitgeber an, dass bei uns im Haus gegessen wird. So stellen wir einen Koch ein, der dann ein halbes Jahr lang Abend essen macht (...), damit sie danach noch eine Stunde an den Schreibtisch können, wenn sie das möchten. Das ist ein Angebot, das muss natürlich niemand machen, aber an so was zeigt sich dann natürlich, die Menschen verbringen extrem viel Zeit hier miteinander, mehr als sie das z.B. mit ihrem Partner in der Zeit machen, auf jeden Fall“ (Interview 9).

Neben einer Teamfähigkeit, d.h. einer sozialen oder auch emotionalen Passung bezogen auf den Mitarbeiterkreis wird von den Gesprächspartnern eine „Kommunikationsfreude“ betont. Man darf nicht schüchtern sein und muss sich trauen, mit Unbekannten über das Projekt zu verhandeln, bzw. ganz allgemein über damit verbundene Sachthemen zu sprechen. Man muss sich selbst „verkaufen können“, die eigene Sache gut und positiv darstellen können und andere durch die eigene Rede überzeugen und gewinnen können. Hierzu können auch „ein gepflegtes Erscheinungsbild“ gehören und die Fähigkeit, sich in bestimmten Situationen selbstbewusst und angemessen zu bewegen, d.h. eine gewisse kulturelle Kompetenz einschließlich der geforderten Umgangsformen.

Ja, dass sehe ich ganz groß, ist die soziale Kompetenz, und die Kompetenz der Kommunikation. Man darf absolut nicht schüchtern sein, man darf keine Angst haben, irgendwo anzurufen“ (Interview 2).

„Hohe kommunikative Fähigkeiten ist das A und O - mit anderen Worten: man sollte der Schnacker schlechthin sein (lacht). Man muss immer überzeugen...oft auch in den ersten 30 Sekunden, da entscheidet der erste Eindruck, also ist ein...warte...charismatisches und offenes Gemüt unabdingbar“ (Interview 3).

6.3.3.2 Öffentliche Kommunikation

Ein spezieller Aspekt der Kommunikationsfähigkeiten sind die Kompetenzen zur Öffentlichen Kommunikation bzw. zur Zusammenarbeit mit entsprechenden Partnern aus den Bereichen Rundfunk, Presse, Marketing usw. Und hierzu ist auch die Erstellung von Konzepten, Projektbeschreibungen, Flyern, Plakaten und Internetdarstellungen usw. zu zählen. Sofern es nicht in der eigenen Firma spezielle PR-Abteilungen gibt, ist der Eventmanager „Botschafter“ in eigener Sache und muss im Zusammenspiel mit den öffentlichen Medien sein Publikum so gut wie möglich ansprechen. Gute mündliche und schriftliche Ausdrucksfähigkeit sind hier gefordert.

„Sie werden als Eventmanager sicherlich auch Pressekontakte haben. Das heißt, sie müssen genau wissen, was sie da sagen und wie sie es sagen... und so Pressemenschen versuchen ja häufig das Negative aus irgendwas rauszukitzeln... also wie gehe ich mit Medien um. Da gibt es Workshops, wie man sich vor Kameras verhält, verhalten sollte. Auf was für Fragen man wie am besten antwortet, dass man nicht ne Frage gestellt kriegt, die eigentlich zwei Fragen beinhaltet, wobei die eine mit ja und die andere mit nein beantwortet werden müsste. Und wenn man dann falsch darauf antwortet und das geschnitten wird im Fernsehen, kann man ganz dumm da stehen. Also solche Erfahrungen braucht man sicher auch“ (Interview 11).

„Das merken wir immer wieder bei unseren Praktikanten. Man muss wirklich gut schreiben können und sich auch ausdrücken können. Weil man Pressearbeit macht, weil man Kunden ansprechen muss, weil man Konzepte schreibt, Artikel schreiben muss und ja...“ (Interview 10a).

6.3.3.3 Fremdsprachenkenntnisse

Fremdsprachenkenntnisse haben für Eventmanager wahrscheinlich nicht so einen hohen Stellenwert wie andere Kommunikationsaspekte. Dies hängt sicherlich sehr stark mit dem jeweiligen Tätigkeitsfeld zusammen. In den geführten Interviews werden mündliche Kenntnisse in Englisch angesprochen, z.B. um im internationalen Geschäft Absprachen mit Veranstaltern und Künstlern treffen zu können. Ihre Bedeutung insgesamt wird aber relativiert. Aufgrund der schnellen Abläufe sind vor allem Sprachkenntnisse zur Telefonkommunikation gefragt. Die jeweilige problembezogene Fachsprache (z.B. aus dem Konzertbereich) bestimmt und begrenzt zugleich den Umfang der Sprachkenntnisse.

6.3.3.4 Kontakte und Netzwerke

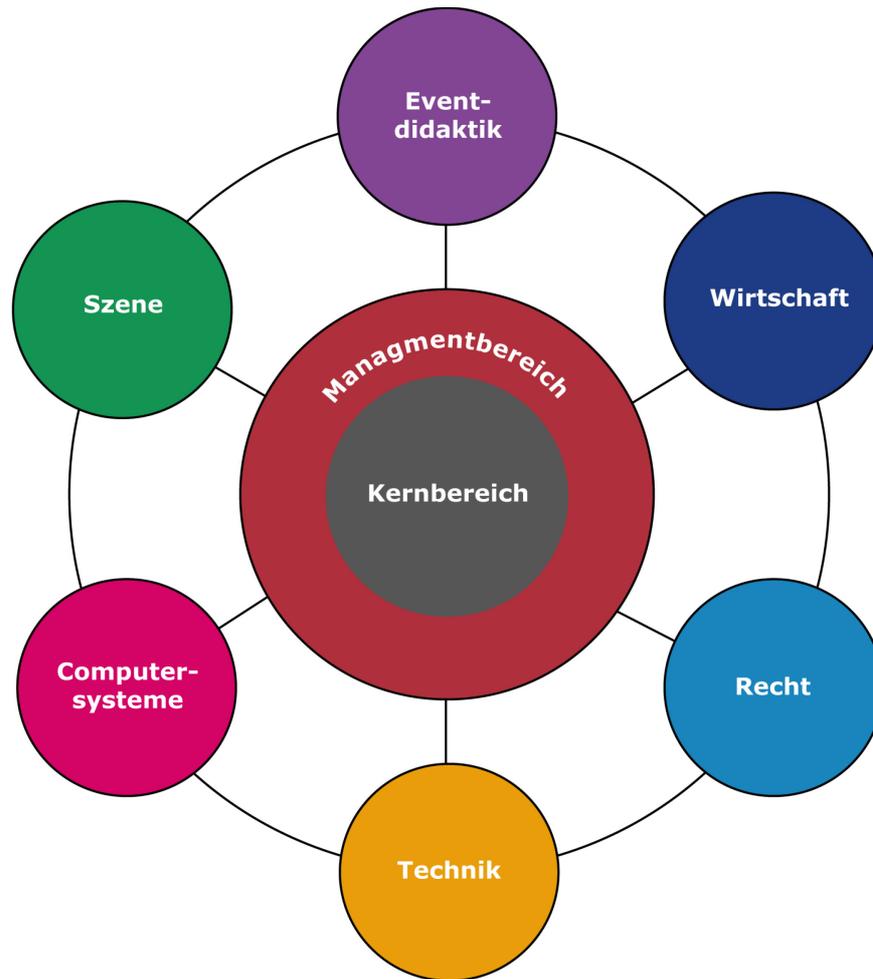
Im Bereich der kommunikativen Kompetenzen wird dem Aufbau und der Pflege von beruflichen Kontakten ein hoher Stellenwert eingeräumt. Vielfältige Kontakte machen ein flexibles und schnelles Handeln möglich und erleichtern eine facettenreiche Eventdidaktik.

„Ich sage mal ganz ehrlich, ich habe persönlich Probleme gerade mit dem Eventmanager als Beruf, gerade als Ausbildungsberuf anzusehen, weil es doch sehr stark darauf ankommt Kontakte zu knüpfen, und da denke ich, oder ich kann es nicht beurteilen, aber ich hab schon das Gefühl, dass das an den Universitäten bzw. in einem Lehrberuf nicht unbedingt nach vorne gebracht wird. Weil, die Kontakte z.B. zu Künstlern, die ganz wichtig sind, egal in welchem Bereich man auch arbeitet, ja meistens sich erst über die Jahre entwickeln. Man braucht einfach ein dickes Adressbuch, das ist das A und O für so ne Geschichte“ (Interview 15).

6.4 Wissensbereich

In den Interviews mit Eventmanagern und Eventmanagerinnen werden verschiedene Wissenssektoren angesprochen, die für ein erfolgreiches Arbeiten wichtig sind. Dies geschieht allerdings nicht in einer Tiefe, die eine Bewertung einzelner Inhalte oder Wissensbausteine zulässt. Erkennbar ist, es gibt ein Spektrum von Fachwissen, auf das sich Eventmanager mit ihren Fähigkeiten Prozesse zu steuern und zu kontrollieren beziehen. Je nach eigenem fachlichen Hintergrund, so scheint es, werden die Wissenssektoren unterschiedlich stark gewichtet. Mit einer juristischen Vorbildung hat man möglicherweise eine andere Brille auf, als jemand mit einem betriebswirtschaftlichen oder geisteswissenschaftlichen Studium im Hintergrund. Denkbar ist auch eine gewisse Kompensation von Wissenslücken durch eigene individuelle Stärken oder durch ein Zusammenspiel in einem größeren Team.

Abb. 3: Modell Wissen



6.4.1 Wirtschaft

Wissen im kaufmännischen Bereich wird von vielen Interviewpartnern als wichtig erachtet, um im Eventgeschäft bestehen zu können. Je nach Funktion, so erscheint es, werden hier unterschiedliche Schwerpunkte gesetzt. Betrachtet von einer „Steuerungsebene“ aus, wird das erforderliche Wissen auf sehr einfache Logiken des Wirtschaftens reduziert: „mehr einnehmen als ausgeben“ oder „Rechnen können“. Bei einer tieferen Auflösung werden Aspekte der Budgetplanung mit den Auftraggebern, der Kostenkalkulation, der Besteuerung, der Abgaben und anderes mehr angesprochen.

„Es gibt auf jeden Fall die kaufmännische... sagen wir mal, die Grundrechenarten müssen beherrscht werden. Man muss wissen, dass es Mehrwertsteuer gibt, oder man muss auch wissen, dass man mehr einnehmen muss, als man ausgibt. So einfach ist eigentlich. Und dass natürlich, das, was man ausgibt, auch sehr komplex ist. Das sind ja nicht nur die Dinge, die ungeheuer notwendig sind, sondern viele viele Kosten, die versteckt sind, Gema oder alle möglichen Themen“ (Interview 5).

Wissen im Sektor Wirtschaft umfasst auch Strukturkenntnisse über die Beteiligten Akteure im Eventgeschäft, ihre Rollen und Interessen. Auch dies erscheint vielen selbstverständlich, weil eingeübt durch die tägliche Praxis. Erst in der Begegnung mit Praktikanten oder Hochschulabsolventen ohne große Praxiserfahrung wird die Bedeutung deutlich.

Je nach Größenordnung des Betriebes müssen von den Eventmanagern mehr oder weniger Funktionen übernommen werden. Für kleine Selbstständige ist das Kaufmännische mit allem anderen eng verwoben. Sie sind nicht nur Koordinatoren und Organisatoren sondern auch Kaufleute und Marketingexperten in eigener Sache.

„Das ist firmenbezogen. Bei mir ist es eben ein ganz breites Feld, es gibt aber auch Eventmanager, die einfach nur dafür zuständig sind, die Eventplanung zu machen, und die Durchführung. In meinem Fall kann ich sagen, muss man einfach ein Multitalent sein, das geht halt von der Produktentwicklung, für z.B. ein Produkt, das man selber gern verkaufen möchte, über das komplette Marketing, bis hin zur Durchführung. Bei mir kommt z.B. der ganze Wirtschaftsteil wie Rechnungsstellung und so was auch noch dazu“ (Interview 16).

6.4.2 Recht

Besonders hervorgehoben wird von einigen Befragten der Bereich der rechtlichen Rahmenbedingungen. Betont wird eine wachsende Bedeutung dieses Wissenssektors und der Stellenwert spezifischer Regelungen für das Eventmanagement in den Bereichen Sicherheit, Technik, Gastronomie, Versammlungsstättenverordnung und Jugendschutz. Aber auch allgemeine Rechtsaspekte wie Vertragsrecht, behördliche Genehmigungen werden angesprochen. Persönliche Erfahrungen „auf der anderen Seite“, einer kommunalen Verwaltung werden als hilfreich eingeschätzt, um das „Verwaltungsdenken“ nachvollziehen zu können.

„Dazu kommt viel Recht, Hygienevorschriften, Veranstaltungsraumverordnung, Bauordnungen, das wird alles immer größer und mehr. Da der Bereich so geboomt hat, ist alles andere drum herum auch geboomt. Heute muss man dafür eigentlich schon Jura studiert haben, um einen Überblick zu behalten (lacht)“ (Interview 14).

„Das fällt... wenn es um Kompetenzen geht, man muss die Gesetzeslagen kennen. Die sind allerdings nicht so einfach, das Jugendschutzgesetz sieht natürlich vor, dass Kinder zu kulturellen Veranstaltungen gehen können. Dann aber nur bis 22.00 Uhr. Unsere dauern aber gerne mal bis 24.00 Uhr. Und dann haben sie da irgendwelche Eltern, die keine Ahnung haben“ (Interview 5).

6.4.3 Technik

Eventmanager sind selten die Techniker, die mit der Installation von Licht, Ton und anderen Inszenierungen befasst sind. Sie müssen sich aber mit diesen Spezialisten verständigen können, d.h. die entsprechenden Konzepte und die Fachbegriffe kennen. Und sie müssen eine Einschätzung treffen können, welche Ideen und Vorstellungen realistisch und mit den eigenen Zielen und Rahmenbedingungen vereinbar sind. Erfahrungswissen ist hier sehr wichtig. Hinzu kommt ein informelles Lernen bezogen auf die sich verändernde Veranstaltungstechnik.

„Wir haben es hier auch mit technischen Dingen zu tun. Es gibt technische Leiter, die das verantworten müssen, aber nichts desto trotz muss man von dieser Veranstaltungstechnik auch was wissen. Was ist ein Blinder, was ist ein moving light? Was ist ein Rigger. Das sind so Spezialbegriffe der Veranstaltungstechnik und des Veranstaltungswesens. Das muss jemand können. Man hat hier häufig Leute sitzen, die denken, die hätten von weiß was ne Ahnung. FOH? Front of house - das ist der Mixerplatz, da gibt es Fachbegriffe, die muss man drauf haben. Viele in diesem Veranstaltungsgeschäft sind relativ lange dabei, wenn man mit diesen großen Veranstaltern spricht, die gehen einfach davon aus: das muss man wissen. Aber das geht halt nur, wenn man es lange lernt“ (Interview 11).

„Mittlerweile ist es auch so, das wird auch in Bremen demnächst sein, dass Sie einen Bühnenmeister brauchen oder einen Meister der Veranstaltungstechnik, um eine Veranstaltung durchzuführen, der dann auch tatsächlich persönlich haftet und verantwortlich ist für das, was passiert. Es wird also noch einmal eine besondere Qualifikation bedeuten, und damit wird es natürlich wieder aufgefächert. Also für die technische Seite ist dann der Meister der Versammlungsstätte verantwortlich, den ich natürlich beauftrage und mit beaufsichtigen muss“ (Interview 5).

Technisches Verständnis und Wissen über technische Zusammenhänge sind auch wichtig, um Sicherheitsaspekte richtig einschätzen zu können. Hierbei gibt es grundlegende physikalische Gesetzmäßigkeiten bezogen auf Kräfte, Bewegungen, Belastungen und anderes mehr. Die Standfestigkeit von Aufbauten oder der Umgang mit Lasten sind zwei Beispiele, in denen technische Kenntnisse im Alltag von Eventmanagern gefragt sein können. Erfahrungswissen im Umgang mit Technik spielt hier eine wichtige Rolle.

„Also sicherheitstechnische Dinge, die sind einfach wichtig. Das ist sicherlich hilfreich, dort einen Lehrgang zu absolvieren oder mit... einfach mit Physik vertraut zu machen. Also nen Kräfteparallelogramm sollte man kennen, also wissen, was passiert, wenn ich einen Container oder irgendwas anhebe und spalte das“ (Interview 5).

Technische Entwicklungen und Entscheidungen haben zudem eine starke Bedeutung für die kaufmännische Seite der Eventplanung. Die Zusammenführung zu einer übergreifenden Sichtweise muss vom steuernden Eventmanager geleistet werden.

„Also die Veranstaltungstechniker werden in der Regel auch so ausgebildet, dass man sagt: eher kaufmännische Seite oder technische Seite. Meist passiert das ja nicht übergreifend. Das Übergreifende ist aber das, was man eigentlich wissen muss. Weil natürlich die Kostenseite stark davon beeinflusst wird, wie sich die Technik entwickelt und nicht umgekehrt“ (Interview 5).

Als ein spezieller Bereich der technischen Kenntnisse sind im kreativen, gestalterischen Bereich auch Materialkenntnisse anzusehen. Gemeint ist hier Material zum Bau von Dekorationen, Bühnenszenen und künstlerischen Objekten. Auch hierbei wird von den Gesprächspartnern die Verbindung von Budgetplanung und technischem Wissen betont.

„Das ist auch so ´n Knackpunkt, gerade bei Leuten die frisch einsteigen. Das ist ein ganz schwieriger Punkt in dem Augenblick, wo man ins Kreative reingeht. Diese Budgets und Kosten und so weiter. Das setzt auch voraus... gute Materialkenntnis, wenn man in dem Bereich arbeitet. Das man A weiß, was ist günstig, was kann man damit machen. Das ist... also Materialkenntnis ist, sag ich mal, im Eventbereich, wenn man, sag ich mal, in diese Kunst- und Kulturschiene auch noch reingeht, ist äußerst wichtig. Und ist auch nicht so, mal in einem halben Jahr zu lernen“ (Interview 10b).

6.4.4 Computersysteme

Fast selbstverständlich erscheint die Beherrschung der gängigen Computersoftware für Büroanwendungen und Internetkommunikation. Daher werden diese Aspekte in den Interviews nur selten als explizite Wissensbereiche angesprochen. Kenntnisse in diesem Sektor werden vorausgesetzt und gar nicht mehr als spezifisch angesehen. Die Notwendigkeit von Kompetenzen in diesem Bereich ergibt sich aus dem starken Tätigkeitsschwerpunkt im Bereich der Koordination und Planung.

Bedeutsamer erscheint der Hinweis auf Spezialsoftware. Hier werden zum Beispiel Programme zur Anfertigung von Bestuhlungsplänen für große Veranstaltungshallen genannt. Für einen Teil der festen Einrichtungen gehört der Einsatz zum Standard.

„Unsere Leute mussten früher so Bestuhlungspläne zeichnen. Es gab da so diese Blaupausen, so großes Transparentpapier, und da wird mit Tuschestift eingezeichnet, wo die Stuhlreihen stehen. Heute hat man ein Auto-CAD-System und das wird am Rechner gemacht. Die ganzen Planungen für eine Hallenbelegung laufen am Computer. Das ist eben auch eine Kompetenz, die hätte ich eben noch sagen müssen. Ein grafisches Auto-CAD-Programm: Die Industrie baut damit Autos, die Geographen zeichnen damit Landkarten, und wir haben nen Gebäudeplan, in den wir dann für jede Veranstaltung unsere Technik einzeichnen. Ich habs an der Uni gelernt und damit Landkarten gezeichnet. Aber heute machen das unsere Veranstaltungstechniker“ (Interview 11).

Auch die Kommunikation mit Kunden und Partnern im Eventbereich läuft nach Einschätzung einzelner Gesprächspartner heute viel stärker über Computersysteme als noch vor 10 Jahren.

„Die Qualifikation der Besucher selber, sich zu informieren über Internet, über andere Quellen, ist enorm gestiegen. Da gibt es im Grunde kaum noch Bedarf nach Telefon. Am Telefon wird allenfalls noch verhandelt, aber selbst Buchungen über Firmen oder Leute, die hier etwas wissen wollen über die Halle, die also hier unsere Geschäftskunden sind, die machen das zwangsläufig über E-Mail. Das ist aber in anderen Hallen sicherlich anders. Also die Stadthalle hat noch einen riesigen Stab von Mitarbeitern. Auch andere Büros sind noch besetzt mit Leuten, die noch am Telefon sind und so. Aber wir haben das sehr sehr reduziert auf diese Möglichkeit, das per E-Mail zu machen“ (Interview 5).

6.4.5 Szenekenntnis

Als ein spezieller Sektor des Fachwissens für Eventmanager und Eventmanagerinnen ist eine „Szenekenntnis“ anzusehen. Dies kann ein weites Spektrum des Freizeitkulturellen umfassen: Musikszenen, Theater, Feste und Feiern usw. Dies hängt mit dem jeweiligen Bereich der Veranstaltungen zusammen. Die Interessen möglicher Zielgruppen und die Entwicklungen auf der Angebotsseite stehen dabei im Zentrum. Man muss selbst in bestimmten Bereichen Erfahrungen haben, um für andere passende Veranstaltungen entwickeln zu können. Und ein guter Eventmanager ist auf dem Laufenden, was seine Szene anbetrifft. Er kennt sich in der Szene – auch regional- ganz gut aus.

Szenekenntnis, in welchem künstlerischen oder freizeitkulturellen Bereich auch immer, ermöglicht ganz konkret eine Abschätzung der Erfolgchancen von Events und gibt ein „Gefühl“ für passende Veranstaltungen.

„Man muss ein bisschen auch ein Gefühl haben für bestimmte Veranstaltungen. Jede Veranstaltung könnte man ja richtig rechnen. Wenn ich sag: ich hab hier Künstler, verkaufe ich 10000 Karten - aber ist der Typ für 10000 Karten gut oder ist der vielleicht nur für 500 Karten gut. Man muss so ne Szenekenntnis haben, man muss sich im Musikgeschäft, im Veranstaltungsgeschäft auskennen. Man muss Veranstaltungen besucht haben, man muss vielleicht wissen, wie eine Stadt tickt. Was funktioniert in einer Stadt gut, was funktioniert nicht?“ (Interview 11).

Eventmanager müssen sich dabei von ihren eigenen Vorlieben lösen können und „den Geschmack des Publikums“ wahrnehmen.

„Und man muss aufpassen, das halte ich auch für einen ganz wichtigen Aspekt in diesem Berufsfeld, nicht nur das zu machen, was einem selbst gefällt, sondern wirklich zu gucken, was gefällt dem Publikum. Weil manchmal liegt man auch mit seinem eigenen Geschmack total daneben. Also, es ist manchmal hart. Manchmal sitze ich auch in einer Veranstaltung, die ich selbst organisiert habe und denke mir, ja gut, normalerweise hätte ich für diese Veranstaltung kein Geld ausgegeben, weil es mich einfach nicht

interessiert. Aber ich mach keine Veranstaltung für mich, sondern für das Publikum" (Interview 15).

Beschrieben wird Szenekenntnis als eine intuitive Markterkundung. Sie hat aber auch mit der Aufarbeitung von Themen und Trends der jeweiligen Szene – gespiegelt in den einschlägigen Medien – zu tun.

„Mir wird auch von der Firma auch die Möglichkeit gegeben, jetzt wo es etwas ruhiger ist, dass sie sagen: Les doch ein Buch dazu oder auch Zeitschriften, und was einfach auch sehr wichtig ist, ständig die Feuilletons und Kulturseiten zu lesen, zu gucken einfach auch, was gerade in der Stadt los. Denn das ist eine Kernkompetenz, die wir haben. Wenn ein Kunde auf uns zukommt, müssen wir ja wissen, was gerade in ist. Und was man nicht mehr macht. Welche Location man nehmen kann, oder welche man gar nicht nehmen kann. In solchen Dingen ist man ständig dabei sich fortzubilden" (Interview 2).

6.4.6 Eventdidaktik

Die kreative und schöpferische Seite des Eventmanagements wird hier mit dem Begriff „Eventdidaktik“ umschrieben. Er fällt nicht in den Interviews. Abgehoben wird in den Gesprächen auf Erfahrungswissen zur Gestaltung von besonderen Situationen, Regeln für Erfahrungsräume oder Herausforderung an die Vermittlung von Botschaften.

Die Arbeit von Eventmanagern erscheint dabei pädagogischer, als sie es vielleicht selbst erkennen. Teilweise werden explizit Lernziele beschrieben, die durch eine gelungene Inszenierung erreicht werden sollen. Die Besucher sollen sich auch später noch an präsentierte Produkte erinnern können. Sie sollen Botschaften einer Firmenleitung anders oder besser aufnehmen.

„Und das Ziel ist natürlich, möglichst lang den Erinnerungsfaktor zu halten, weil gerade auf Neupräsentationen, Vorstellungen ist es immer die Herausforderung, dass man möglichst lang mit kurzen Aktionen wie jetzt z.B. einem Tag oder einem Wochenende möglichst lang den Erinnerungsfaktor hoch hält, dass sich die Leute lang an das zu präsentierende Produkt erinnern können" (Interview 16).

Denkbar wäre sicherlich, diesen Teil des Eventmanagements mit Begriffen des Marketings zu umschreiben. Auffällig ist aber, dass die Interviewpartner intuitiv andere Begriffe mit Nähe zu pädagogischen Fachbegriffen heranziehen. Teilweise verstehen sie sich in ihrer Arbeit als „Vermittler“ zwischen den Auftraggebern und den Teilnehmern an einer informellen Lernsituation.

„Und die haben uns dann mit der Aufgabe betraut: Wie können wir unsere Botschaften emotionalisieren und nen bisschen nachhaltiger verankern, dafür sorgen, dass wir höhere Kontaktraten, sprich mehr Besucher, für unsere Tagungen generieren. Und dass wir den Inhalt der Tagung auch über das Jahr... (ehm) also über diese Veranstaltung hinaus das Jahr über weiterhin in die Führungskräfte und in den Außendienst reintragen können. Und da entwickeln wir für die zum Beispiel Videoclips, die dann auf den Auftaktveranstaltungen laufen und das Jahr über auf regionalen Tagungen eingesetzt werden. Visualisieren die Inhalte der Vorträge mit Dia- und Videoclips, haben im letzten Jahr mit allen 200 Führungskräften der Versicherung zum Abschluss der Tagung ne Stunde gemeinsam getrommelt. Hat jeder ne Trommel in die Hand bekommen, wurden vorne von ein paar Trommlern angeleitet und haben dann tatsächlich ein paar Stücke zusammenbekommen innerhalb von einer dreiviertel Stunde" (Interview 13).

Den Eventmanagern als Vermittlern geht es um eine „Emotionalisierung von Botschaften“, um die Schaffung bewegender Ereignisse und die Intensivierung von Vermittlungssituationen. Sie müssen sich dafür mit den Auftraggebern über die angestrebten

(Lern-)Ziele verständigen und erst einmal Verständnis für das (Lern-)Medium Event schaffen.

Ein Zusammenhang wird gesehen zwischen einer solchen Vermittlungsarbeit und der „Qualität“ von Veranstaltungen. Perfektion, Übertreffen der Erwartung der Beteiligten, Konfrontation mit Ungewöhnlichem sind Aspekte einer qualitätsorientierten Eventdidaktik. Sie speist sich, soweit dies in den Interviews erkennbar ist, aus Erfahrungswissen und unmittelbaren Rückmeldungen des Publikums und der Auftraggeber.

Letztendlich geht's auch darum, dass die Gäste am Ende des Tages nach Hause gehen und sagen „Wow, so was haben wir noch nie erlebt und wir waren schon auf vielen Veranstaltungen eingeladen, aber das war mal was Neues, da war alles perfekt!“ Und es war letztendlich so perfekt, dass sie vor Ort noch nicht mal gemerkt haben, dass andere Leute um sie rum arbeiten. Es gibt diesen Service, der nicht stattfindet, dann gibt's diesen aufdringliche Service und dann gibt's diesen Service, wo ich nicht merke, dass jemand am Tisch war, ich nur merke, dass mein Glas niemals leer wird. Darum geht's! Und wenn die Firmen wieder bereit sind, dafür auch Geld auszugeben! Weil das ja auch langfristig angelegt ist, ich will die Besucher mit einer Veranstaltung doch mit meiner Marke verknüpfen - auf welche Art auch immer - und ich möchte, dass sie, wenn sie in Zukunft an mich denken, ein gutes Gefühl dabei haben. D. h. das Gefühl, dass die Leute dann mit nach Hause nehmen, das ist für mich Kapital. Wenn das Gefühl gut ist, dann werde ich Zukunft mehr verkaufen (wenn verkaufen mein Ziel ist, man kann ja auch sein Image aufwerten wollen), wenn aber verkaufen mein Ziel ist, dann merk ich dann nicht am nächsten Tag und auch nicht in der nächsten Woche, aber in Zukunft!“ (Interview 14).

Etwas offener und damit bildungsorientierter erscheinen die Vorstellungen von Eventmanagern die Ereignisse unabhängig von Firmenaufträgen für ein breites Publikum realisieren. Die schöpferische Seite des Eventmanagement realisiert sich hier in der Gestaltung von sozialen Lern-Erlebnisräumen.

„Also mir macht das schon Spaß. Es ist auch nicht so weit weg vom Lehrerdasein, weil sie schaffen soziale Räume für Leute, wenn Sie so etwas machen, und sie bestimmen die Regeln, wenn die Leute sich in diesem Räumen bewegen“ (Interview 5).

6.4.7 Generalisten mit Multiwissen

Unterschieden wird von einigen Gesprächspartnern zwischen Generalisten, die sich in vielen der angesprochenen Wissenssektoren auskennen oder, aufgrund der Firmenstruktur, zurechtfinden müssen, und Spezialisten für einzelne Bereiche des Eventmanagements. Beratende, kreative, leitende und umsetzende Funktionen mit unterschiedlichen Anforderungen werden unterschieden.

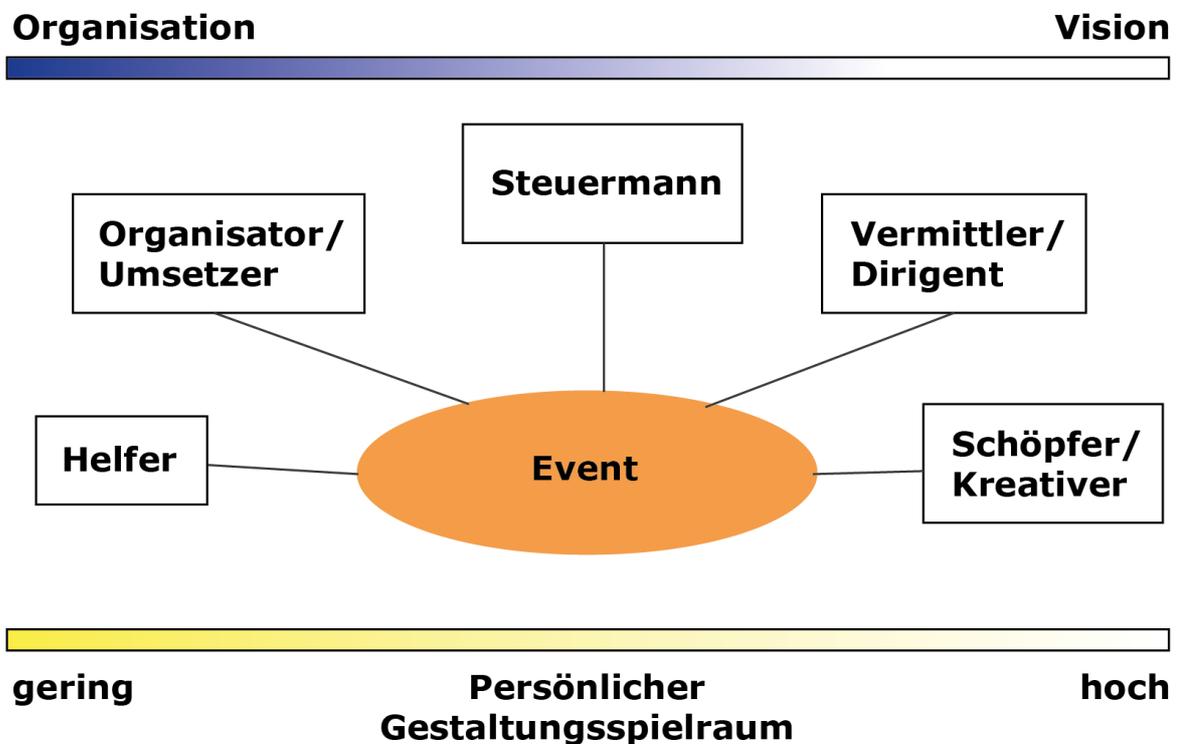
„Also es gab vor ein paar Jahren ja den... als es noch keine Ausbildungen und keine Studienmöglichkeiten in dem Bereich gab, gab es ja noch so sehr sehr viele Quereinsteiger, die in den Bereich gekommen sind und Generalisten sind. Wozu ich mich auch noch irgendwie zähle. Inzwischen spaltet sich das aber immer mehr auf. Es gibt analog zur klassischen Werbung, gibt's auch hier reine Beratungstätigkeiten, wo ich rein im Kundenkontakt stehe. Es gibt kreative Jobs, wie Konzeptioner. Es gibt leitende Funktionen, wie Projektleiter, die mit der operativen Umsetzung gar nichts mehr zu tun haben. Also es spaltet sich nach und nach mehr auf. Und wenn man halt im kreativen Bereich reingehen will, muss man andere Kompetenzen mitbringen als wenn man in die Beratung reingehen möchte“ (Interview 13).

6.5 Metaphernmodell der Kompetenzen

Die Äußerungen der Interviewpartner lassen insgesamt ein Doppelgesicht des Eventmanagements erkennen. Auf der einen Seite wird der Planungsprozess als kreative Gestaltung von Möglichkeiten erlebt, und der Eventmanager kann sich gleichsam als Schöpfer von erlebnisreichen Freizeitwelten sehen, die anderen Freude bringen. Auf der anderen Seite geht es um die möglichst reibungslose organisatorische Umsetzung von Veranstaltungen jeglicher Art. Das Ergebnis von Eventmanagement verschwindet hierbei hinter dem Ereignis selbst, dem Auftritt berühmter Künstler oder dem Ablauf herausragender Sportveranstaltungen. Eventmanager in diesem Sinne sehen sich als Umsetzer und routinierte Realisierer fremder Ideen und Konzepte.

Denkbar erscheint folgendes Modell unterschiedlicher Rollen im Eventmanagement:

Abb. 4: Rollen im Eventmanagement



Untergeordnete Rollen im Bereich der Organisation können als Eventhelfer bezeichnet werden. Diese Mitarbeiter sind für die vielen kleinen Dinge, die geregelt werden müssen, verantwortlich und setzen sie praktisch um: einfache Dekorationen, Ausschilde- rung, Anfahrt, Betreuung der Künstler und der Gäste usw.

Mit einem etwas größeren Gestaltungsspielraum ausgestattet, können die ausgefüllten Rollen als Organisator oder Umsetzer bezeichnet werden. Ein reibungsloser Veranstaltungsablauf, was immer der Inhalt sein mag, ist hier das Ziel. Ein Zusammenspiel mit mehreren Abteilungen und Dienstleistern ist erforderlich. Ein passendes Beispiel wäre ein klassisches Konzert in einem etablierten Konzerthaus.

„Wir veranstalten jegliche Konzerte aus dem klassischen Bereich und meine Aufgabe ist, wenn die Künstler verpflichtet worden sind, das Ganze in die Realität umzusetzen.“

Was brauchen die auf der Bühne, so Kleinigkeiten wie bei Pianisten, brauchen die Notenblätter auf der Bühne...zudem betreue ich die Sponsoren, die werden natürlich oft eingeladen, die müssen verhätschelt werden, weil wir viel zu wenige haben" (Interview 12).

In der Mitte der Rollen steht der „Steuermann“, er hat sowohl organisatorische Aspekte als auch in Grenzen kreative, gestalterische Gesichtspunkte im Blick. Die Größenordnung des Events und damit der Steuerungsaufgaben für das Gesamt ereignis heben den Steuer mann über die Rolle des Organ isators hinaus.

„80% meiner Arbeitszeit verbringe ich mit steuern. Das managen heißt ja, dass man führt und steuert, kontrolliert. 20% bleiben da noch für eigentliche Projektarbeit...“ (Interview 9)

Stärker auf der kreativen, schöpferischen Seite sind die Rollen des Vermittlers und des Dirigenten anzusehen. Hierbei kommt es auf die Gestaltung emotionaler Erlebnisse an oder auf die Verbindung von zu übermittelnden Botschaften und emotionalen Stim mungen. Der schöpferische Anteil wird im Begriff des Dirigenten, der ein Orchester leitet und zum Erfolg führt besonders deutlich.

„Man muss ein Feingefühl haben für seine Mitmenschen, also die Hauptaufgabe eines Eventmanagers ist ja auch die Koordination. Ich benutze so gerne das Bild eines Dirigen ten, der hat so sein ganzes Orchester mit den einzelnen Instrumenten um sich herum, und muss zusehen, dass alle zum richtigen Zeitpunkt das richtige machen. Und das ist im Grunde auch eine Hauptaufgabe, dass der Eventmanager alle koordiniert, bzw. auch sensibel ist, wenn der Kontrabass verstimmt ist (lacht). Also, dass er dann Konflikte erkennt, und die dann löst“ (Interview 2).

Mit sehr viel Gestaltungsspielraum ausgestattete Eventmanager sehen sich eher in der Rolle des Schöpfers eigener Welten mit besonderen Regeln. Sie müssen sich nur zum Teil an den inhaltlichen Vorstellungen von anderen orientieren, sondern können statt dessen neue Konzepte entwerfen und Realität werden lassen. Der visionäre Anteil ihrer Tätigkeit erscheint am höchsten.

„So, und das sind alles Dinge, die sind aus dem Nichts entstanden, die waren ja vorher nur in unserem Kopf und anschließend in der Realität, und das macht schon Spaß. Also man fühlt sich da schon als, ich bin ja kein Musiker, ich kann auch keine Kunst, aber wir können öffentliche Räume inszenieren, die nicht nur von den Leuten akzeptiert werden, sondern auch von den richtigen Leuten akzeptiert werden. Also, von denen, die man mag, verstehen Sie?“ (Interview 5).

Auch wenn die Zahl der Interviews relativ klein ist, lässt sich doch tendenziell erkennen, dass eine hohe subjektive Zufriedenheit mit dem Beruf an die eröffneten Gestaltungsmöglichkeiten geknüpft ist. Ein hoher Gestaltungsspielraum bringt Herausforderungen mit sich und motiviert.

6.6 Zwischenbilanz

In den Interviews mit Eventmanagern zeigt sich ein dreigliedriges Kompetenzspektrum mit einem individuellen Persönlichkeitsprofil im Kern, Managementkompetenzen in den Bereichen Leitung, Organisation/Planung und Kommunikation in einem zweiten Ring darum herum und sechs Feldern eines fachbezogenen Wissens im äußeren Kreis: Wirtschaft, Recht, Technik, Computersysteme, Szenekenntnis und Eventdidaktik.

Je nach Position können die einzelnen Sektoren unterschiedlich gewichtet sein. Zu erkennen ist ein Spektrum von eher organisatorischen Tätigkeiten und ihren Anforderungen bis hin zu kreativen und schöpferischen Aspekten des Eventmanagements. Die

Metaphern „Organisator“, „leitender Steuermann“, „vermittelnder Dirigent“ und „Schöpfer“ umreißen vier komplexe Rollen im Eventmanagement, denen unter Umständen eigene Kompetenzprofile zugeordnet werden können.

6.7 Eigene Qualifikation, Ausbildung und Vorbereitung

6.7.1 Ausbildung und Studium

Erstaunlich viele Interviewpartner haben ein Hochschulstudium absolviert (12 Befragte) oder ein Studium angefangen und dann nach der Aufnahme der Berufstätigkeit abgebrochen. Einzelne Gesprächspartner haben ein weiterbildendes Studium mit dem Abschluss Diplom-Eventmanager an einer Berufsakademie absolviert. Eine Interviewpartnerin macht gerade eine Ausbildung als Veranstaltungskauffrau. Weitere Gesprächspartner verfolgen neben ihrer Berufstätigkeit ein Studium an einer Hochschule.

Ein größerer Teil der Interviewpartner hat einen Abschluss der Betriebswirtschaft. Ansonsten gibt es ein breites Fächerspektrum: Kultur- und Freizeitwissenschaft, Architektur, Wirtschaftsgeographie oder ein Lehramtsstudium.

6.7.2 Quereinstieg als Auslaufmodell

Viele Befragte sehen sich als Quereinsteiger im Berufsfeld Eventmanagement. Sie haben sich eine berufliche Perspektive in diesem Sektor erarbeitet, ohne über eine spezielle Ausbildung oder ein spezielles, auf diesen Sektor zugeschnittenes Studium zu verfügen. Sie sind über Kontakte, erste Erfahrungen und die Wahrnehmung eigener Fähigkeiten bei der Eventorganisation in diesen Berufsbereich „hineingerutscht“. Bisweilen gab es auch keine attraktiven Alternativen (z.B. als Lehrer).

Anders sieht es aus mit den Absolventen der Berufsakademie und oder einzelnen Gesprächspartnern mit speziellerer wirtschaftswissenschaftlicher Qualifikation (Tourismusmanagement, Non-Profit-Management). Auch bei den Studierenden und Absolventen der Kultur- und Freizeitwissenschaft kann vermutet werden, dass sie sich etwas gezielter für eine Tätigkeit im Bereich Eventmanagement vorbereitet haben.

Der Eventbereich hat in den letzten 15 Jahren einen starken Wachstumsschub erlebt. Immer mehr Events sind entstanden und daraus resultierend wurden immer mehr Arbeitnehmer in diesem Bereich benötigt. Während unter den etwas älteren Eventmanagern noch eher Quereinsteiger zu finden sind, kann für die jüngeren Mitarbeiter vermutet werden, dass sie über eine eher fachbezogene Ausbildung oder ein fachnahes Studium verfügen.

Heute ist durch immer zahlreicher werdende Studien- und Ausbildungsangebote der Einstieg besser strukturiert. Es zeigt sich, dass der Einstieg oft über ein abgeschlossenes Studium und ein anschließendes Praktikum und eine daraus resultierende Anstellung oder eine Ausbildung im eigenen Haus erfolgt. Auch die freie projektbezogene Mitarbeit ist ein denkbarer Anfang in der Eventbranche.

„Ich bin fest angestellt, ich hab ganz klassisch angefangen als studentische Hilfskraft, dann ein Volontariat und dann fest angestellt“ (Interview 12).

„Also, ich hab vorher ½ Jahr Praktikum gemacht“ (Interview 6). Seitdem macht sie seit 2,5 Jahren eine Ausbildung zur Veranstaltungskauffrau im gleichen Unternehmen.

6.7.3 Informelles Lernen im Rahmen von Studium und Freizeit

Interesse am Eventmanagement haben einige Gesprächspartner über Freizeitaktivitäten während ihres Studiums oder auch schon der Schulzeit gefunden. In der Rückschau rekonstruieren sie einen informellen Lernprozess, der zu ihrer Interessenbildung beigetragen hat und bei dem sie schon grundlegende praktische Erfahrungen zum Eventmanagement machen konnten.

„Hab damals während des Sportstudiums im Hochschulsport gejobbt als Student. Da liefen immer nur ganz normale Feten wie das bei Studenten so ist. Da hab ich gesagt: Ich hab keine Lust mehr auf ne Fete, ich organisier mal was ganz anderes. Und hab gesagt: Es gibt so viel Kleinkünstler, hier gerade in Oldenburg. Ich versuch mal mit den „Oldenburgern lokalen Größen“ einen Varieté- Abend aufzuziehen. Und dann bin ich in der Uni rumgerannt, hab mir die Sporthalle gemietet quasi, und hab dann Gruppen hier in Oldenburg angesprochen, ob sie nicht Bock haben, etwas aufzuführen. Hab dann die Sporthalle mit anderen Studis zusammen umgestaltet zu einem Varieté- Gebäude quasi mit Kerzen und vielen Tischen drin, das was ich mir aus der Mensa wieder alles zusammengesucht hab. Das war ziemlich aufwendig, aber es hat einen wahnsinnigen Spaß gemacht, und es war auch ein schöner Abend. Ja, und da hab gewusst: Das ist ein Bereich, wo ich rein möchte. Und dadurch ist mein beruflicher Werdegang gelegt worden“ (Interview 15).

„Und nebenbei habe ich relativ viele Veranstaltungen in der Schule organisiert. Früher sehr intensiv Sport gemacht, sechs mal die Woche Handball gespielt, also ich hab freizeitmäßig mit Veranstaltungen zu tun gehabt. Also ich wusste son bisschen, worum es ging. Und während des Studiums habe ich dann angefangen, Party-Veranstaltungen mit nem Kumpel zusammen zu organisieren in Münster. Der hatte ein Reisebüro, und nach der Sommer- und der Wintersaison haben wir immer so Abschlusspartys gemacht und Hallen gemietet und dann so Partys mit 4000 Leuten auf die Beine gestellt. Nebenbei son bisschen Geld verdient, das war dann das Schöne an der Sache“ (Interview 11).

Erfahrungswissen ist wichtig für eine Einschätzung von Veranstaltungen. Ein solches Wissen wird gespeist durch die Arbeit mit Events. Es kann aber teilweise auch schon im Vorfeld, so die Einschätzung einiger Gesprächspartner, erworben werden. Persönliches Engagement, in welchem Freizeitsektor auch immer, ist hierfür ein guter Weg.

„Man braucht Erfahrung. Die kann natürlich jemand nicht haben, der von der Uni kommt. Aber Erfahrung kann man sich eben dadurch aneignen, dass man vielleicht in seiner Jahrgangsstufe besonders engagiert war, da einen Abiturball organisiert hat, selbst eine Party organisiert hat. Ich hab das früher, als ich da angefangen habe auch nicht so... was soll das - Erfahrung. Aber, um Veranstaltungen einschätzen zu können, um zu wissen, was kommt da, kann man eben, wenn man schon viele Veranstaltungen gemacht hat, auf einen sehr tiefen und großen Erfahrungsschatz zurückgreifen und hat dann einfach... und trifft dann einfach die weisere oder bessere Entscheidung“ (Interview 11).

6.7.4 Informelles Lernen in der Praxis

Das informelle Lernen im Rahmen der Berufspraxis als Eventmanager hat einen hohen Stellenwert für viele Befragte. Dies hängt mit fehlenden Ausbildungsmöglichkeiten zum Zeitpunkt des Berufseinstiegs vor etlichen Jahren zusammen. Es ist aber auch für Neueinsteiger mit einem theoretischen Studium entscheidend, um mit den Anforderungen des Berufs zu recht zu kommen.

6.7.4.1 „Learning by doing“

Viele Gesprächspartner beschreiben ihre Lernprozesse in der Praxis als „Learning by doing“, das heißt als ein Lernen im Arbeitsprozess unter den realen Anforderungen des Eventmanagements. Es ist für einige, auch mit einem Studium im Hintergrund, „ein Sprung ins kalte Wasser“. Sie waren beim Einstieg in das Berufsfeld mit vielen neuen Anforderungen konfrontiert und mussten sich viel Erfahrungswissen in kurzer Zeit aneignen. Schauen, was die anderen mehr oder weniger erfolgreich machen, war dabei ein gangbarer Weg. Eine systematische Vorbereitung und Einführung gab es aus ihrer Sicht nicht.

„Das war ‚ins kalte Wasser geschmissen‘ werden. Also, man hat sich ne Menge abguckt bei Projektleitern, die hier schon länger in der Firma sind, und man schaut sich das quasi ab. Und man braucht wahnsinnig viel Erfahrung, um sicher zu sein“ (Interview 18).

„Man liest natürlich sehr viel dann noch. Man schaut sich viele Veranstaltungen an. Wie werden die umgesetzt. Es gibt da viele Möglichkeiten, um sich Wissen in diesem Bereich anzusammeln. Aber dieses Fernstudium und dieses Learning-by-doing waren eigentlich so mit, sind die größten Sachen“ (Interview 17).

Hervorgehoben wird das selbstgesteuerte Lernen aus der Praxis heraus und in Auseinandersetzung mit den auftauchenden Aufgaben und Problemen. Der Austausch mit Kollegen gibt dabei eine gewisse Sicherheit.

„Ich habe mir alles selbst angeeignet, und versuche immer nach bestem Wissen und Gewissen zu handeln. Und habe natürlich auf der anderen Seite auch Leute kennen lernen dürfen aus der Veranstaltungsbranche, die wesentlich länger dabei sind, die auch wesentlich mehr Erfahrung haben als ich, die ich auch jederzeit anrufen kann, und um Rat oder Tipps fragen kann, wenn das von Nöten ist. Und das nehme ich auch ab und zu gerne in Anspruch, weil „nobody is perfect“ und man muss halt immer weiter an sich arbeiten“ (Interview 16).

Im der Auseinandersetzung mit heutigen Studierenden (Praktikanten) stellen einzelne Befragte fest, dass sie von der Praxis zur Theorie des Eventmanagements gekommen sind und sich so ihr Handlungswissen erarbeitet haben. Sie vermissen bei interessierten Studierenden aus fachnahen Studiengängen ein praktisches Wissen über Strukturen, Zusammenhänge und Abläufe im Eventmanagement.

„Unsere Praktikanten hier im Haus, da ist das anders. Die studieren eine Theorie und kommen dann zu uns und stellen plötzlich fest, dass sie 4 Semester die Theorie gelernt haben, aber das, wenn sie mit uns unterwegs sind, fast gar nichts bringt. Weil sie noch nie in ihren Leben einen Rigging-Plan im Auto-CAD, im Hallenplan, eingebaut haben, weil sie bei keiner Behörde jemals eine Veranstaltungsgenehmigung beantragt haben, weil die bei noch keiner Baubehörde eine Baugenehmigung vorgelegt haben. Ich hab halt anders gelernt, ich war immer vor Ort und hab mir dann nebenher das angelesen, was da eigentlich für eine Theorie dahinter steckt. Ich fand das damals, und vielleicht auch heute noch, einfach mit den besten Weg“ (Interview 14).

6.7.4.2 Mentor

Offenbar ist für die Integration von Praxiserfahrungen die Begleitung durch einen „Mentor“ nicht unwichtig. Ein guter Mentor öffnet Türen, lässt Freiraum für eine zunehmend eigenständige Bearbeitung von Aufgaben, steht aber mit Rat und Unterstützung zur Seite. Er bietet auch Reflexionsmöglichkeiten an und trägt insofern zu einer Verarbeitung von Erfahrungen bei. „Learning by doing“ wird durch einen Mentor qualifiziert.

„Studium oder so gabs zu meiner Zeit noch nicht, vor 15 Jahren. Und dann hatte ich eben das Glück, dass ich nachdem ich dann (...) aufgehört habe, in ein Projekt kam, wo ich der Assistenz-Projektleiter war und dieser Projektleiter schon sehr sehr erfahren war. Der hatte den Börsengang der Telekom gemacht, die Rolling Stones Welttournee, also jemand, der wirklich ganz dick im Geschäft war. Von da an hat er mich zu jedem Projekt, für das er verantwortlich war, als Assistent mitgenommen und einen besseren Lehrer gabs nicht. Ich hatte also einen Mentor, wo ich praktisch das alles gelernt habe. Und irgendwann kam eben der Tag, wo er zwei Veranstaltungen an einem Tag hatte und ich die zweite Veranstaltung übernommen habe. Von da an war ich dann selber Projektleiter, treff mich heute noch des öfteren mit ihm, wir träumen auch immer mal wieder davon, mal wieder was gemeinsam zu machen“ (Interview 14).

„Aber ich hab eben das Glück gehabt, dass mich hier jemand aufgenommen hat, der sehr viel Erfahrung hat. Und der die Erfahrung eben weitergegeben hat. Und natürlich auch gesagt hat: komm, mach die Veranstaltung, aber da war immer noch einer im Hintergrund, der das son bisschen im Blick hatte. (...) Wenn man dann so einen da hinter stehen hat, dann hilft das sehr. (Beispiel Geschäftsführer) Jetzt bin ich auch schon so weit, dass ich eben auch Erfahrungen weitergeben kann. Wir haben eine junge Veranstaltungskauffrau, die bei viele Gesprächen dabei ist, bei Veranstaltungen mit dabei ist, die das dann irgendwann auch erlebt. ... Man kommt so rein“ (Interview 11).

6.7.5 Fortbildung

Ein Teil der Befragten berichtet über eigene Aktivitäten zur beruflichen Fortbildung im Bereich Eventmanagement. Angebote von Dachverbänden, Tagungen, spezielle Kurse und Schulungen werden wahrgenommen.

Darüber hinaus qualifizieren sich einzelne Befragte weiter durch ein parallel zur Berufstätigkeit unternommenes Studium (z.B. Betriebswirtschaft).

Einige Interviewpartner bringen Fortbildungsaktivitäten auch in Zusammenhang mit alltäglichen praktischen Erfahrungen und sehen eine enge Verbindung zum informellen Lernen im beruflichen Kontext.

7 Persönliche Perspektive

In Verbindung mit ihrer Tätigkeit als Eventmanager bzw. Eventmanagerin haben die Befragten zum einen Hoffnungen sehr persönlicher Art sowie auch allgemeine Erwartungen zur Entwicklung dieses Bereiches, die über eine Einschätzung zur Weiterentwicklung des Berufsbildes hinausgehen. Generell sind sich die Befragten einig, dass sie auf Erfolg und Beständigkeit dieses Marktsegments setzen und in diesem oder einem verwandten Bereich hoffen arbeiten zu können - längerfristig oder zumindest als Einstieg in das Berufsleben.

7.1 Veranstaltungsorganisation als Einstieg in das Berufsleben

Die jüngeren Eventmanager und Berufsanfänger, die vorwiegend als „Helfer“ mit der Durchführung der Events beschäftigt sind, sehen ihre derzeitige Tätigkeit häufig als Sprungbrett.

„Ich wollte ja mehr in die Vermarktung, habe aber auch für diesen Bereich hier viel gelernt. Praxis gesammelt quasi. Ich könnte es mir aber schon vorstellen, mich noch mal woanders zu bewerben“ (Interview 1).

Ihre Vorstellung ist später in einen verwandten Arbeitsbereich, wie z.B. in die Produktvermarktung, einzusteigen, oder in die Konzeptentwicklung zu wechseln und somit eine führende und kreativere Position im Unternehmen übernehmen zu können (vgl. Kap. 4).

„Ich hoffe, dass ich noch mehr in die Konzeptentwicklung mit reinrutschen kann. Da ist ja dann tatsächlich das Kreative. (...) So von der Arbeit an sich, vom Gefühl her könnte ich noch gute 5 Jahre in einer Eventagentur arbeiten. Würde ich auch ganz gerne, so für den Lernfaktor einfach. Dass ich dann das Gefühl habe, viele Strukturen durchdrungen zu haben, sehr viele verschiedene Voraussetzungen bestanden zu haben, durch die Projekte mit denen man ständig zu tun hat. Das fände ich ganz gut, und dann vielleicht weiter zu kommen“ (Interview 2).

„Ja....das ist so zweischneidig, an manchen Tagen denkt man, oh Gott, das ist es jetzt für immer? Auf der anderen Seite denkt man: Du hast so ein Glück gehabt! Vielleicht möchte ich irgendwann nicht nur durchführen, sondern auch selber mal Konzepte entwickeln“ (Interview 12).

Sie sehen ihre Arbeit im Eventmanagement als Lernphase. Häufig können sie sich derzeit noch nicht vorstellen, diesen Beruf ihr Leben lang auszuüben.

7.2 Eventmanagement als Lebensaufgabe

Dieser Gruppe an Berufsanfängern, die ihre Tätigkeit in der Veranstaltungsorganisation als Sprungbrett für ihr weiteres Berufsleben sehen, steht eine Gruppe von Eventmanagern und Eventmanagerinnen gegenüber, die sich keinen anderen Beruf vorstellen können und auch keinen anderen wollen. Sie sehen diesen Beruf als Lebensaufgabe.

„Aber ich könnte mir auch, ehrlich gesagt, keine so richtige Alternative vorstellen. Probleme gibt es in jedem Job, also da muss man sich nun wirklich Nichts vormachen. Ähm...“ (Interview 10b).

Personen, die bereits seit mehreren Jahren in diesem Bereich arbeiten, haben sich bereits eine berufliche Existenz aufgebaut und wissen auch von den Belastungen, die dieser mit sich bringen kann. Dennoch lieben sie ihre Arbeit.

7.3 Hoffnung auf Beständigkeit und Wachstum

Die meisten Befragten – Berufsanfänger und gefestigte Eventmanager - hoffen auf einen weiteren, persönlichen beruflichen Erfolg. Dieser wird zum einen verbunden mit Beständigkeit, d.h. einer Festigung und Existenzsicherung des eigenen Unternehmens oder einem gesicherten Arbeitsplatz im Allgemeinen.

„Na, das es stabil bleibt. Im Grund ist es nach oben hin, das Wachstum ist begrenzt durch die Kapazität. (...) Und deswegen ist meine Hoffnung für die Zukunft, dass wir innerhalb des Wettbewerbs für die Zukunft bestehen zu können. Das können wir nur durch Flexibilität, Kreativität, durch einfach pfiffigere Angebote, die wir machen, schnellere Reaktionen. Aber trotzdem ist es natürlich auch nie sicher, ob das immer so sein wird“ (Interview 5).

„Ich hoffe, dass der Wirtschaftsaufschwung noch weiter anhält. Wir haben nämlich eine brillante Auftragslage. Und dann bleibt zu hoffen, dass die Wirtschaft mehr in Veranstaltungen investiert, weil das Sinn macht, gut investiertes Geld“ (Interview 18).

Zum anderen wird auf weiteres Wachstum des Unternehmens gesetzt. Gerade bei Selbständigen und in kleineren Agenturen, die ihre Kapazitäten und Auslastungen entweder noch nicht erreicht haben oder erst seit kurzem im Geschäft sind und eine Expansion planen, wird erwartet, dass sich der Kundenstamm erweitert oder die Abteilungen ausgebaut werden.

„Erwartungen und Hoffnungen? Ich erwarte, dass sich mein Kundenstamm kontinuierlich weiter aufbaut, dass die Kunden, die ich akquiriert habe, bzw. bei denen ich schon Veranstaltungen gemacht habe, auch in Zukunft ihre Veranstaltungen mit mir machen. und meine Zielsetzung ist in 5 Jahren zu den zehn renommiertesten Veranstaltungsagenturen in Deutschland zu gehören“ (Interview 16).

„Ich hoffe eigentlich nur, dass die Abteilung hier weiter ausgebaut wird, um eben im Grunde genommen noch Entlastung zu bekommen. Aber das steht auch schon an. Ansonsten habe ich Spaß an meiner Arbeit und hoffe, dass das auch so bleibt. Ich denke mal, das wird auch so bleiben“ (Interview 17).

7.4 Spezialisierung und qualitative Marktsicherung

Obwohl im Veranstaltungsbereich weiterhin ein Potential für die Zukunft gesehen wird, hat sich die Marktsicherheit einzelner Anbieter noch nicht gefestigt. Die Entwicklungen des Berufsfeldes und die Konkurrenz werden interessiert beobachtet (vgl. 4.1). Eine Spezialisierung auf ein Segment wird in diesem Fall als entscheidender Wettbewerbsvorteil gesehen.

„Ja, also grundsätzlich ist es ne Wachstumsbranche, auf jeden Fall. Die Branche hat auf jeden Fall Zukunft. Es gibt im Moment noch sehr viele Anbieter auf dem Markt, einen starken Verdrängungswettbewerb oder auch Wettkampf. Da werden viele Anbieter vom Markt verschwinden in den nächsten Jahren, die sich nicht spezialisieren oder größer werden können. Und was auch ganz klar zu sehen ist, ich bin relativ früh in die Branche eingestiegen, hab damit Glück gehabt. Leute, die jetzt in die Branche reinkommen, haben es zunehmend schwerer. Weil wir bekommen täglich zwei bis drei Anfragen für Praktika, Festanstellungen oder Ausbildungen. Wenn die Schule durch ist oder die Leute mit ihrem Studium durch sind, wird das regelmäßig mehr. Da muss man sich schon nen klares Profil zulegen, um da in den Bereich reinzukommen. Aber, wenn man sich engagiert und nen vernünftigen Betrieb findet, sehe ich da trotzdem gute Zukunftschancen“ (Interview 13).

Firmen haben das Potential von Produktpräsentationen durch Events erkannt. Sie bringen sich durch diese Veranstaltungen ins Gespräch.

„Ich glaube, dass es für jedes Unternehmen von Jahr zu Jahr wichtiger wird, durch bestimmte Veranstaltungen neue Akzente zu setzen, gerade im Rahmen von Produktpräsentationen. Am besten Beispiel sieht man das gerade, wie man's im Weser Kurier lesen konnte, ähm, der Schraubenhersteller Würth ist mittlerweile einer der drittgrößten Veranstaltungsagenturen Deutschlands, weil dort einfach ein stetiger Bedarf zu erwarten ist" (Interview 4).

Diese Entwicklung hat für die Branche der Eventmanager nicht nur positive Seiten, denn oftmals gehen diese Firmen dazu über, eigenes Personal mit der Veranstaltung von Firmenevents zu beauftragen.

„Gut, allein das Problem ist, glaube ich, dass die Firmen – ja merkt man schon – immer weniger Geld dafür ausgeben. Für solche Dinge. Da muss man als Eventmanager halt mit sehr sehr wenig Budget was ganz tolles machen. Und das ist glaube ich jetzt... das wird so die Kunst werden. Oder viele Firmen überlegen sich jetzt auch, engagiert man Jemanden dafür oder macht das dann doch meine Sekretärin oder so was. Und von daher denke ich, entweder spezialisieren auf dem Markt, wie ich jetzt zum Beispiel in diesem Bereich, ähm. Wenn man alles machen will wird es sehr schwierig oder man muss halt sehr groß sein, als Firma. Einen Namen haben" (Interview 7).

Die Budgets werden gekürzt und dennoch sind die Erwartungen an die Veranstaltung hoch (vgl. Kap. 5.3.2.2). Zugleich bemängeln insbesondere die Idealisten unter den Eventmanagern, dass es zu wenige Non-Profit-Veranstaltungen gibt.

„Ich würde mir wünschen, dass wir in Deutschland eher eine breitere Kultur bekommen, in dem Bereich Non-Profit-Events. Es gibt relativ viele, die Standardevents machen, also z.B. Produkteinführungen von irgendwelchen Autos, da ist der Markt auch ziemlich unübersichtlich" (Interview 9).

Diese Ansicht teilen jedoch nicht die Veranstalter, die sich in direkter Konkurrenz zu solchen Veranstaltungen um die Gunst und das Geld der Kunden bemühen müssen.

7.5 Freiraum für kreatives Eigenengagement

Insgesamt erhoffen sich die meisten Eventmanager, dass sie den Spaß an ihrer Arbeit nicht verlieren und weiterhin kreativ arbeiten können. In diesem Zusammenhang zeigt sich die Wunschvorstellung, einen oder mehrere größere Auftraggeber zu gewinnen, die ein Projekt ohne Rotstift ansetzen.

„Wir würden uns wünschen und hoffen, mal einen richtig.. ein so großes oder mal so ein großzügiges Projekt zu bekommen...(...) Groß und großzügig" (Interview 10b).

Für diese großen Projekte und die Umsetzung ihrer Ideen sind sie bereit weiterhin viel und hart zu arbeiten.

„Ich bin der festen Überzeugung, dass es sich auch in diesem Berufsfeld bezahlt macht, wenn man ständig am Ball bleibt...und man sich stets weiter begeistern kann. Ich hoffe auf neue interessante Ideen, die uns kommen und die umgesetzt gehören und Projekte die angegangen werden müssen. Ich erwarte, auch durch meine echt harte Arbeit, dass die aktuellen Projekte weiter wachsen und man sich somit mehr Freiraum für Neues und Privates schafft" (Interview 3).

7.6 Zwischenfazit

Die persönliche Perspektive der befragten Eventmanager wird geprägt durch die jeweilige Karriereposition und die beruflichen Rahmenbedingungen. Eine Festigung des Berufseinstiegs oder eine stabilere Existenzsicherung als Selbständige sind pragmatische Perspektiven in diesem Zusammenhang. Gehofft wird auch auf eine günstige Entwicklung der Rahmenbedingungen und der Zukunftschancen durch einen geschickten Umgang mit Konkurrenz und Wettbewerb im Eventsektor.

8 Perspektiven des Berufsfelds Eventmanagement

8.1 Allgemeine Berufsfeldentwicklung

8.1.1 Positive Grundeinschätzung

Insgesamt sehen die Befragten die Entwicklung des Berufsfelds Eventmanagement sehr positiv. Sie beobachten eine Expansion des Berufsfeldes und eine weitere Ausdifferenzierung. Die positive Grundeinschätzung der Gesprächspartner stützt sich vor allem auf folgende Argumente bzw. subjektive Beobachtungen:

- Stabilität der Freizeit- und Erlebnisorientierung: Unterhaltung, Party-Angebote, Interesse an Live-Konzerten.
- Expansion der Firmenaktivitäten: Eventmarketing, Produktpräsentationen, eventorientierte Tagungen, Förderung des Betriebsklimas, Erlebniskonzepte und museale Inszenierungen.
- Dynamik im Tourismussektor: Kurzreisen, Kulturtourismus mit Events als Faktor für die Reisemotivation.
- Entwicklung hybrider Erlebnisorte: Zoos als Eventanbieter.

„Berufsfeld hat Zukunft, da Nachfrage durch vergnügungssüchtige Gesellschaft steigt“ (Interview 19).

„Tendenziell würde ich eher sehen, dass es da gute Perspektiven gibt. Wenn man flexibel genug ist. Also jede größere Firma hat mittlerweile eine Eventabteilung. Ganz viele Dinge finden nicht im öffentlichen, sondern im privaten Raum statt. Und das sind eben diese Firmenveranstaltungen, diese Autofirmen, die... das geht ja hin bis zu museumsähnlichen Installationen, die die machen, Autostädte. Das ist im Grunde im weitesten Sinne ja der Freizeitbereich. Und der ist einfach groß. Und der wird noch größer eigentlich, hat man eigentlich das Gefühl“ (Interview 5).

„Viele Firmen gehen auch jetzt mittlerweile darauf hin, dass man solche Sachen macht, wie Incentives oder so was, und ähm die dann sagen, wir möchten jetzt gerne, dass unsere Mitarbeiter sich besser verstehen und dass die Kommunikation immer besser wird. Auch für solche Bereiche wird es immer mehr genutzt“ (Interview 17).

„Allgemein denke ich, aus der Erfahrung jetzt, dass die kommenden Generationen viel eher bereit sind, auf Veranstaltungen egal welcher Art zu gehen. Ob ein Fußball- oder Eishockeyspiel, Clubkonzert oder Open-Air-Festival...was gibt's noch? Produktpräsentation oder ein großes Jubiläum. ‚Man‘ geht halt gerne und viel weg. ‚Der kleine Urlaub‘ zwischendurch, z. B. ein Städtetrip für 30 Euro mit dem Flugzeug nach Wien. Man hat keine Zeit mehr für ausgiebige 4 Wochen Strandurlaub an der Nordseeküste. Neue Art Urlaub quasi...kleine und große Tagesevents und Städtetrips...“ (Interview 3).

8.1.2 Spezialisierung von Eventveranstaltern

Einige Gesprächspartner betonen neben einer expansiven Entwicklung des Gesamtsektors die Ausdifferenzierung unterschiedlicher Typen von Eventveranstaltern und die Spezialisierung innerhalb eines bestimmten Teilbereichs im Sinne einer Nischenbildung. Diese Entwicklungen tragen aus Sicht der Gesprächspartner auch zu einer positiven Berufsfeldentwicklung bei. Nicht in jedem Teilbereich sind die Chancen gleich gut, aber in der Gesamtheit ergibt sich ein vielfältiges Bild von Beschäftigungsmöglichkeiten.

Grundtypen

- Eventmanagement in einer Veranstaltungshalle
- Eventabteilung einer größeren Firma
- Projektorientiertes Eventmanagement (auch Non-Profit)
- Eventmanagement als Tourbegleitung

„Obwohl ich kann mir auch gut vorstellen, dass das so ist wie es in anderen Berufszweigen, dass es immer mehr ... eine Spezialisierung auch stattfindet. Das kann ich mir schon vorstellen“ (Interview 10b).

„Ja, ja. Es ist ja eigentlich auch schon so. Es gibt ja hier in Bremen auch schon andere Agenturen, die aber gar nicht so richtig im Wettbewerb mit uns stehen, weil die andere Spezialgebiete haben. So haben wir uns ja auch für bestimmte Bereiche... oder sind für bestimmte Bereiche bekannt. Sind spezialisierter darauf und andere machen dann, weiß ich nicht, Hartbreakersball und solche Sachen“ (Interview 10a).

Kleine Selbstständige im Eventbereich behaupten sich möglicherweise durch ein spezielles Angebot, wie z.B. Kunstevents oder eventorientierte Tagungen für einen bestimmten Wirtschaftssektor.

8.1.3 Wachsende Konkurrenz in Teilbereichen

In einzelnen Teilbereichen des Eventmanagements, wie den großen Veranstaltungshallen, wird eine wachsende Konkurrenz gesehen. Die Kapazität des Marktes für ökonomisch tragfähige Konzepte erscheint begrenzt.

„Erstmal gibt es im Augenblick einen Overkill an Veranstaltungsstätten. Jede Stadt, jede Gemeinde meint, sie müsste ein Veranstaltungshaus bauen. Alle wissen, wenn sie sich richtig informieren, dass das ein Zuschussbetrieb ist. Immer. Wenn man die Bau-summe oder gar das Grundstück einrechnet, dann muss die Gemeinde investieren. Und das kann nicht über den reinen Veranstaltungsbetrieb wieder eingespielt werden. Das geht nicht. Durch diesen Overkill an Hallen sind gar nicht so hohe Hallenmieten durchzusetzen, wie das vielleicht früher mal war oder wie man das gerne hätte“ (Interview 11).

Hier hängt eine positive Entwicklung der Beschäftigungsmöglichkeiten an der Bereitschaft von Kommunen und anderen öffentlichen Trägern, diesen Bereich der Veranstaltungstätigkeit zu subventionieren. Gehofft wird in der Regel auf eine Umwegfinanzierung über touristische Ausgaben der Eventbesucher.

Spezialisierung erscheint als eine gute Strategie um in einem wachsenden Wettbewerb um Projekte bestehen zu können. Konzentrationsprozesse und Spezialisierung sind zwei erkennbare Veränderungen, die das Berufsfeld bestimmen.

„Es gibt im Moment noch sehr viele Anbieter auf dem Markt, einen starken Verdrängungswettbewerb oder auch Wettkampf. Da werden viele Anbieter vom Markt verschwinden in den nächsten Jahren, die sich nicht spezialisieren oder größer werden können“ (Interview 13).

8.1.4 Mehr Bewerber auf dem Event-Arbeitsmarkt

Erkennbar ist für die Gesprächspartner auch, dass sich mehr Bewerber für den Eventsektor interessieren und in diesen Sektor des Arbeitsmarkts drängen. Neben Quereinsteigern, die vor einigen Jahren noch ganz typisch waren, weisen Bewerber heute

schon speziellere Berufsabschlüsse (z.B. Veranstaltungskaufmann) auf oder verfügen über einen Hochschulabschluss.

„Also, der Berufszweig Eventmanagement hat natürlich jetzt in den ca. letzten 3 Jahren einen ordentlichen Boom erlebt, es gibt immer mehr Anfragen von Leuten, die bei uns eine Ausbildung oder ein Praktikum machen wollen. Und von dem her hat man keine Sorgen, dass das Personal einem wegfällt. Es kommen genügend nach“ (Interview 8).

„Ja, es ist ja wirklich ein sehr modischer Beruf momentan. Jeder und alle möchten Eventmanager sein oder werden. Die Nachfrage ist aber auch da“ (Interview 2).

Das Bild des Eventmanagements verändert sich damit von einem Nischenbereich zu einem „Modeberuf“ für viele. Notwendig erscheint eine bessere Übersicht für Anbieter wie Bewerber.

„Ich denke, was im Moment in dem Bereich Eventmanagement ist: wir haben da bisschen ein Überangebot, also das merken wir auch bei den Initiativbewerbern. Es wäre meine Hoffnung, wie ich eben formuliert habe, dass es sich bisschen konzentriert, so dass man sowohl als Nachfrager, z.B. als Jobsuchender noch mal einfacherere Plattformen hat, damit es für diese Menschen übersichtlicher wird zu sehen, in welchen Bereichen gibt es denn was, was mir auch zusagen würde. Interessant eben auch für Arbeitgeber aus dem Eventmanagement, dass sich Plattformen bilden, wo man noch mal genauer nach seinen Mitarbeitern z.B. suchen kann“ (Interview 9).

8.1.5 Professionalisierung des Non-Profit-Bereichs

Denkbar erscheint auch eine Professionalisierung des Non-Profit-Bereichs, in dem ehrenamtliches Engagement auf unterschiedlichen Ebenen eine wesentliche Rolle spielt. Dies könnte mit höheren Anforderungen an die Gestaltung von Veranstaltungen und einer gezielteren Ausbildung einhergehen. Verwiesen wird auf einzelne deutsche Universitäten mit Angeboten im Non-Profit-Event-Marketing und Non-Profit-Management und auf Erfahrungen in der Schweiz.

„Ich würde mir wünschen, dass wir in Deutschland eher eine breitere Kultur bekommen, in dem Bereich Non-Profit-Events. Es gibt relativ viele, die Standardevents machen, also z.B. Produkteinführungen von irgendwelchen Autos, da ist der Markt auch ziemlich unübersichtlich. Wir haben im Bereich Non-Profit-Events allerdings auch viel, was an der Basis passiert, um im Kirchenbereich zu bleiben, vom Gemeindefest bis zum Katholikentag, oder ob das im kulturellen Bereich irgendwelche Veranstaltungen sind, wie Benefizkonzerte. Das alles wird noch zu wenig in Ausbildungsberufen zusammengefasst. Ich würde mir schon erwarten, dass wir die nächsten Jahre vielleicht in der Richtung noch mal ne Konzentration haben, im Bereich der Ausbildung“ (Interview 9).

8.2 Entwicklung von Beschäftigungsstrukturen

Die Einschätzungen zu den Beschäftigungsstrukturen ergeben kein einheitliches Bild. Die einzelnen Sichtweisen werden zudem geprägt durch die eigene berufliche Position (Festangestellter, Selbstständiger). Einzelne sehen Entwicklungen zu mehr Festpersonal in bestimmten Eventagenturen, andere machen deutlich, wie klein in ihrem Bereich der Kern der Festangestellten ist und wie mit zahlreichen Projektmitarbeitern auf Zeit und kleinen Selbstständigen (Freelancern) gearbeitet wird. Eine Selbstständigkeit in großem Stil und der erfolgreiche Aufbau einer eigenen Eventfirma werden als schwierig eingeschätzt und erscheinen nur für wenige Erfolg versprechend. Für eine Tätigkeit unter dem Dach einer größeren Organisation (Industrie, Verband, Erlebniswelt, große

Eventagentur) oder als Spezialist für einzelne Elemente von Events werden eher Chancen gesehen.

8.2.1 Unterschiedliche Beschäftigungsstrukturen

Unterschieden werden können folgende Strukturen:

- Kleiner Kern von Festpersonal
- selbständige Spezialisten (Freelancer)
- Hilfskräfte

Der Betrieb einer Veranstaltungshalle oder einer größeren Agentur mit Festpersonal erscheint den Befragten sinnvoll, um die Kontinuität und Qualität der Koordination zu garantieren. Nur ein kleiner Kreis von Mitarbeitern wird aber auf diese Weise eine Anstellung finden, so die allgemeine Einschätzung.

„Dass man an einem Ort (...) eine Anstellung findet und sagt: Hier bin ich Eventmanager. Das ist eher unwahrscheinlich. Also der Bereich ist so, dass, wenn man mal guckt in Bremen, wie viele Orte es gibt, wie viele Leute da arbeiten in diesem Bereich... Das sind vielleicht 50. Also, die so Art Eventmanagement machen, wenns hoch kommt. Aber die Leute, die bundesweit arbeiten so für diese Firmen wie Becks, Bella, L'Oreal, das sind sicherlich mehr“ (Interview 5).

Typisch für ein Arbeiten in anderen Feldern des Eventmanagements, wie Tourbegleitung oder Projektleitung für eine bestimmte Veranstaltung, erscheint den Gesprächspartnern die Beschäftigung von Mitarbeitern mit projektbezogenen Zeitverträgen. Mit dem Ende des jeweiligen Vorhabens endet auch die Beschäftigung bei der Eventorganisation.

„Das ist ja sowieso ein Trend in der Gesamtwirtschaft, dass Leute nach der Schule bei ner Versicherung landen und da 40 Jahre arbeiten. Heute ist es ja vielmehr so, dass man projektbezogen irgendwo arbeitet. Das ist auch im Veranstaltungsgeschäft so, wenn sie tourneebezogen... wird ja heute auch gearbeitet. Dass es da heißt: jetzt haben wir hier Howard Carpendale, der sagt: er tritt wieder auf. Da wird bei der Plattenfirma auf einmal Leute gebraucht, die dann den Werdegang von Howard Carpendale in den nächsten ein, zwei Jahren begleiten müssen. Aber dann ist dieses Projekt auch beendet. Und die werden dann wahrscheinlich nur projektbezogen darauf dann eingestellt“ (Interview 11).

„(...) Agenturen haben dann ihre 1, 2 Festangestellte, für die Büroabläufe, für interne Sachen auch, dass man da jemanden hat. Aber wenn man Projekte bekommt, die etwas größer und umfangreicher sind, dass für das Projekt speziell Leute freiberuflich eingestellt werden und nach dem Projekt können sie dann wieder gehen“ (Interview 2).

Für spezielle Teilleistungen werden von den Agenturen die Spezialisten engagiert. Dies kann z.B. Leistungen im Kreativbereich betreffen. Die Bezeichnungen für diese Art von Mitarbeitern sind unterschiedlich. Einige sprechen von „festen Freien“ und meinen damit einen Kreis von Spezialisten, der immer mal wieder projektbezogen engagiert wird. Andere nennen diesen Typ von Beschäftigung „Freelancer“ und betonen damit die Quasi-Selbstständigkeit dieser Mitarbeiter.

„Wobei wir natürlich auch einen Pool haben, an sozusagen festen Freien. Gerade wenn wir uns wirklich aus der kreativen Trickkiste bedienen, dann kommt es schon vor, die Kreativleistung fremd zu kaufen“ (Interview 18).

„Ein großer Teil der Agenturen arbeitet mit freien Mitarbeitern. Nur gut Teil weil es immer noch ein Projektgeschäft ist. Der Wunsch der Branche ist, dass die Kunden langfristig Aufträge vergeben, wie es in anderen Bereichen ja auch üblich ist. Wenn es dahin kommen sollte, was sich ja auch in der Qualität der Arbeit niederschlagen würde, dann, denke ich, wird das Ganze zu sicheren und langfristigeren Beschäftigungsverhältnissen gehen“ (Interview 13).

Zu unterscheiden sind die „Spezialisten“ von „selbstständigen Veranstaltern“ in einem bestimmten Freizeitsektor. Die angeführten „Freien“ arbeiten eng mit Agenturen zusammen. Davon abzugrenzen ist eine Veranstaltertätigkeit mit vollem eigenem Risiko. Die Einschätzungen zu den Chancen einer solchen Berufstätigkeit im Eventmanagement sind eher skeptisch. Dies erfordert im Einzelfall „viel Kapital“ und eine hohe unternehmerische Motivation.

„Also wenn man Konzertveranstalter oder Sportveranstalter werden möchte... natürlich kann man sich Selbständig machen. Aber auch da im Bereich der Konzertveranstalter ist der Markt sehr eng und abgesteckt. Und es besteht auch der Trend, dass die kleinen örtlichen Konzertveranstalter gar nicht mehr gewollt sind von Tourneeveranstaltern“ (Interview 11).

Einige Interviewpartner haben aber für sich den Wechsel von einer Angestelltentätigkeit im Eventbereich zu einer Selbstständigkeit als Eventmanager mit eigener Agentur vollzogen und haben ihre eigene Nische für bestimmte Typen von Events (z.B. künstlerische Veranstaltungen) gefunden.

Die Beschäftigungsstruktur bei Eventveranstaltern mit einer Halle wird offenbar bestimmt durch einen kleinen Kreis von Festangestellten (oder selbstständigen Betreibern) und vielen zurarbeitenden Hilfskräften. Sie sind für verschiedene organisatorische Aufgaben der Vorbereitung und der Abwicklung zuständig.

„Ach so, ja, Festanstellung mehr und mehr schwierig. Sondern das wird mehr und mehr auf Abendveranstaltungen, also auf Stundenlöhne umgerechnet. Ja, oder auf 400-€-Basis bis hin zu den 1-Euro-Jobbern, die dann für die Halle zuständig sind. Ja, es dreht sich da vieles einfach ums Geld, und es wird überall gespart dort, ne. Und dadurch wird es auch schwierig Festanstellungen in den Häusern zu bekommen, bei kleineren Häusern“ (Interview 15).

8.2.2 Anforderungen an die Mobilität

Je nach Grundtyp und Beschäftigungsstruktur ist eine hohe räumliche Mobilität von Eventmanagern gefragt. Hierbei ist einerseits an die flexible Ausrichtung auf einen bundesweiten Arbeitsmarkt mit vielen kleinen und größeren lokalen Anbietern zu denken. Andererseits bedingen bestimmte Grundtypen des Eventmanagement, wie eine Tourbegleitung oder die Beschäftigung in zeitlich begrenzten Projekten, eine hohe Mobilität. Wie ein „Wanderzirkus“ zieht die Veranstaltung bei bestimmten Eventtypen weiter zum nächsten Auftrittsort. Die Mitarbeiter, zumindest die Leitungsebene, ziehen mit.

„Und man muss auch, glaube ich, wobei das bei mir nicht so ist, räumlich mobil sein. Wer hier in Bremen das studiert, dem muss klar sein, dass er wahrscheinlich nicht in Bremen bleiben wird“ (Interview 11).

Da muss man natürlich schon, das gehört auch zum Berufsfeld. Also, wenn man in diesem Bereich tätig ist und nicht an eine Örtlichkeit gebunden ist, dass man sehr sehr flexibel sein muss. Ortsunabhängig, dass man einfach auf Tournee ist“ (Interview 5).

„Wir ziehen ungefähr alle 2 Jahre um in eine neue Stadt und bauen dort eine ähnliche Veranstaltung auf, wie in der Stadt vorher, von der Struktur her“ (Interview 9).

8.2.3 Steigendes Qualifikationsniveau und Generationswechsel

Vermutet werden könnte aufgrund der Einschätzungen einzelner Gesprächspartner, dass das geforderte Qualifikationsniveau für Beschäftigte im Eventsektor ansteigt. Viele sind tatsächlich als Quereinsteiger in den Eventbereich gekommen und haben sich Kompetenzen durch informelles Lernen in der Praxis angeeignet. Einige davon vermuten aber, dass es zu einem Generationswechsel kommen könnte. Bewerber mit passenden Grundqualifikationen wären in Zukunft möglicherweise im Vorteil, weil sie schneller einsetzbar sind.

„Ich glaube, es geht immer mehr in Richtung ausgebildetes Personal, wenn man sich auf dem Markt mal umguckt, gibt es sehr, sehr, sehr viele, die auf dem Sektor tätig sind, und die das so ähnlich gemacht haben wie ich, dass sie sich das einfach angeeignet haben. Ich glaube aber in Zukunft wird das immer mehr, dass die Leute eine Ausbildung dafür gemacht haben, und ich sag jetzt mal, nächstes Jahr möchte ich z.B. auch Leute einstellen und das ist natürlich interessant, Leute einzustellen, die eine Ausbildung gemacht haben, die man praktisch nicht selber -so wie mich- learning by doing ausbilden muss, sondern die das Fachwissen einfach schon haben“ (Interview 16).

„Und was auch ganz klar zu sehen ist, ich bin relativ früh in die Branche eingestiegen, hab damit Glück gehabt. Leute, die jetzt in die Branche reinkommen, haben es zunehmend schwerer. Weil wir bekommen täglich zwei bis drei Anfragen für Praktika, Festanstellungen oder Ausbildungen. Wenn die Schule durch ist oder die Leute mit ihrem Studium durch sind, wird das regelmäßig mehr. Da muss man sich schon nen klares Profil zulegen, um da in den Bereich reinzukommen. Aber, wenn man sich engagiert und nen vernünftigen Betrieb findet, sehe ich da trotzdem gute Zukunftschancen“ (Interview 13).

Für einzelne Gesprächspartner zeichnet sich ein „Verdrängungswettbewerb“ unter den Bewerbern ab. Die Entwicklung geht danach zu höheren Qualifikationen als Einstiegsvoraussetzung.

„Es wird sich irgendwo auf einem Maxima von Arbeitsplätzen einpendeln. Ich glaube aber da kommt im Moment eine Wahnsinnschwelle an Verkaufsaufleuten und an Studierenden Eventmanagern auf den Markt, die irgendwann... Es sind zu viel da. Das ist so mein persönlicher Eindruck. Das sehen wir daran, dass wir sehr sehr viele Bewerbungen haben auf diese drei, vier Ausbildungsplätze, die wir haben. Wie kaum ein anderes Wirtschaftsfeld. Viele denken: das ist so einfach. Da machen wir dann Veranstaltungen. Aber so einfach ist das nicht, weil sich dann die Leute, die die besten Qualifikationen besitzen, davon gibt es ja auch welche, die werden die Jobs bekommen. Aber die, die nicht so gut ausgebildet sind, die werden da auf der Strecke bleiben“ (Interview 11).

Gleichwohl erscheint das Feld der Ausbildungen, die zu einer Tätigkeit im Eventsektor hinführen noch nicht „geordnet“. Neben einem klareren fachlichen Profil haben Engagement und Praxiserfahrung nach wie vor einen hohen Stellenwert.

8.3 Potenziale für Hochschulabsolventen

In den Interviews zeichnen sich zwei unterschiedliche Positionen zu den Potenzialen für Hochschulabsolventen ab. Zum einen gibt es Vorstellungen, die von einem Vorrang

der Praxiserfahrung ausgehen. Hochschulabsolventen haben in diesem Sinne durchaus Chancen in einem expandierenden Sektor Eventmanagement. Bewerber mit einer breiten Praxiserfahrung oder Mitarbeiter mit einer guten Berufsausbildung stehen aber möglicherweise noch besser da. Es kommt, so die Einschätzung, auf die jeweiligen individuellen Fähigkeiten an. Der formale Bildungsabschluss allein zählt nicht.

„Ich denke, dass ist ein Berufsfeld für jeden, der einen sehr außergewöhnlichen, interessanten Job haben will. Ich denke mal, Jemand der einen Realschulabschluss hat kann diesen Beruf genauso machen, wie Jemand der einen Hochschulabschluss hat. Ähm, kommt auf die einzelnen Fähigkeiten an, die man hat und ähm... nicht auf den Abschluss“ (Interview 17).

„Also aus heutiger Sicht, ich komm ja auch von der Hochschule, ich hab Glück gehabt, dass ich hier so gelandet bin. Aus heutiger Sicht würde ich eher sagen, dass ein gut ausgebildeter Veranstaltungskaufmann... Also wenn ich hier einen Veranstaltungskaufmann hier habe und einen Hochschulabsolventen auf einer Projektleiterebene... Es hängt immer auch von der Person ab. Aber ein ausgebildeter Kaufmann hat mehr Praxiserfahrung als jemand, der von der Uni kommt. So. Und der könnte dann ne größere Chance haben als jemand von der Universität“ (Interview 11).

Fachwissen in bestimmten Bereichen und eine andere Art der Selbstorganisation sprechen für einige Befragte für die Einstellung von Hochschulabsolventen.

„Grundsätzlich bin ich nicht der Meinung, dass ein guter Eventmanager ein Hochschulstudium absolviert haben muss. In meiner langen Berufstätigkeit habe ich eine Vielzahl von Quereinsteigern aus unzähligen Berufen kennen gelernt, die sich durch ihr Engagement und Auffassungsgabe zu hervorragenden Projektleitern entwickelt haben. Dennoch bin ich für eine Qualifizierung von Projektmanagern, es ist schon erstaunlich, wie viele langjährig tätige Projektmitarbeiter über geringe Rechtskenntnisse (Verordnungen usw.) verfügen und demzufolge den Kunden nicht sachgemäß beraten können“ (Interview 21).

Eine andere Position schätzt die Entwicklung eher so ein, dass sich für bestimmte Positionen im Eventmanagement ein Hochschulabschluss als neuer Standard etablieren könnte. Die Expansion des gesamten Sektors wird demnach vor allem den höher Qualifizierten zu Gute kommen. Größere Chancen für einen Hochschulabsolventen könnten sich vor allem dann ergeben, wenn jemand:

- originelle, innovative Ideen für Produkte einer Eventagentur oder das Marketing mitbringt,
- durch ein Studium Fachwissen in „harten“ Managementbereichen (Personalwesen, Recht) vorweisen kann,
- ein Studium mit spezifischer Ausrichtung auf den Sektor Events absolviert hat,
- neben einem theoretischen Studium schon praktische Erfahrungen im Eventmanagement gesammelt hat,
- bereit ist, sich auf die Beschäftigungsstrukturen und das Vergütungsniveau der Branche einzulassen.

„Ich denke, das größte Potenzial würde darin liegen, wenn ein Absolvent schon mit einer Idee kommt. Also, sich vorher darüber Gedanken gemacht hat. Ansonsten wird es sehr, sehr schwer sein, weil, wie z.B. bei uns: Wenn zu uns jemand kommt und sagt: ‚Ich möchte bei euch anfangen, zu arbeiten‘, würden wir erstmal abblocken. Weil wir auf der einen Seite Saisonbetrieb sind, wir könnten keine Person das ganze Jahr

über beschäftigen, finanziell gesehen. Wir würden aber sofort zuschlagen, wenn jemand sagt, ich habe die und die Idee, könnte ich euer Know How mitnutzen, könnte ich eure Infrastruktur mitnutzen und, und, und würden wir sofort sagen, Ja! Also, da würde auf jeden Fall Potenzial drin liegen" (Interview 15).

Ein Quereinstieg ohne Wissen über die Strukturen des Berufsfeldes, die Aufgaben und Bedingungen erscheint aus dieser Position heraus als ein schwieriger Weg, der heute nicht mehr so möglich ist, wie noch vor einigen Jahren. Ein irgendwie „spezifisches“ Studium bezogen auf den Freizeit-Eventsektor wird stattdessen als die bessere Ausgangsposition angesehen.

„Jeder, der schon mit theoretischer Erfahrung eines Studiums ins Rennen geht, hat einen leichteren Einstieg in dieses Berufsfeld" (Interview 3).

Unterschiede könnten auch zwischen verschiedenen Anstellungsträgern bestehen. Während in vielen Bereichen vor allem die Praxiserfahrung zählt, könnte bei größeren Unternehmen die formale Qualifikation und die damit verbundene Passung in ein hierarchisches Stellengefüge eine größere Rolle spielen.

„(...) wenn ich jetzt, wie Sie meinten, einen Abteilungsleiter einstelle, dann muss der auch nen Standard haben, dass der mit anderen Abteilungsleitern auf der Führungsebene kommunizieren kann. Und da kann ein Hochschulabsolvent sicherlich nen Vorteil haben gegenüber jemandem der ne Ausbildung absolviert hat und nen paar Jahre gearbeitet hat" (Interview 13).

Insgesamt lässt sich sagen, dass ein Studium im Bereich der Kultur- und Freizeitwissenschaften einen Zugang zum Berufsfeld Eventmanagement bietet. Für einzelne Befragte ist ein spezifisches theoretisches Studium, ausgerichtet auf die Organisation von Events, von Vorteil. Allerdings werden auf der anderen Seite die praktischen Erfahrungen und das persönliche Profil (Begeisterung für die Sache) als zwei wichtige Komponenten hervorgehoben.

Ein Studium müsste sich in diesem Sinne einer dualen Ausbildung annähern und neben der Vermittlung von Wissen einen Experimentier- und Erprobungsraum bieten. Die Organisation von kleineren und größeren Events sollte fester Bestandteil eines praxisorientierten Studiums sein.

8.4 Veränderte Anforderungen und Trends

Aufgrund der sehr unterschiedlichen Arbeitsbereiche der befragten Eventmanager und Eventmanagerinnen ergeben sich hier Einschätzungen zu ganz verschiedenen Entwicklungen. Kaum ein Aspekt taucht mehrfach auf. Dennoch erscheinen viele Hinweise auf Veränderungen im Alltag des Eventmanagements durch technische und organisatorische Entwicklungen oder große gesellschaftliche Veränderungen wie den demographischen Wandel plausibel und nachvollziehbar. Ein Gesamtbild ergibt sich aus den unterschiedlichen Facetten, und es verweist auf die notwendige Offenheit von Ausbildungsprogrammen für den Bereich Eventmanagement.

8.4.1 Stabilisierung des Eventsektors in einer entwickelten Freizeitlandschaft

Der Sektor Events hat sich nach Beobachtungen einiger Gesprächspartner in den letzten Jahren stabilisiert und ist ein wichtiger Faktor für eine vielfältig entwickelte Freizeitlandschaft geworden. Im Städtetourismus ist er ebenfalls eine bedeutsame Größe geworden, wenn es darum geht, Ziele attraktiv zu machen und Besucher zu gewinnen.

Der Eventsektor hat sich professionalisiert und als ein spezieller Dienstleistungsbereich behauptet. Insofern ist eine Eventorientierung innerhalb der Freizeit selbst als ein relevanter gesellschaftlicher Trend anzusehen. Eine weitere Professionalisierung wird auch durch neue Ausbildungsmöglichkeiten und Studiengänge vorangetrieben.

Das Bedingungsfeld ist größer geworden. Das sieht man auch daran, dass sie jetzt son Studiengang anbieten. Der Tourismus...alles, der Freizeitbereich ist als ökonomischer Faktor größer geworden, also stärker geworden. Städte buhlen um Touristen. Also auch um Veranstaltungen. Da sich die Böttcherstraße anzugucken, reicht nicht mehr. Man will nen Konzert erleben. (...) So das ist schon ein Wachstumssegment, würde ich sagen. Und gleichzeitig auch, dass damit auch klar ist, das sowas professionalisiert werden muss und dass die Konkurrenz größer wird und dass der Dienstleistungsgedanke eben stärker wird. Und das würde ich sagen, ist ein Trend" (Interview 5).

„Also, es ist immer verständlicher geworden, dass es Eventmanager gibt. Schon allein jetzt auch durch den Ausbildungsberuf, der das Ganze noch mal, ähm..., gefestigt hat. Es ist normal, dass es Eventagenturen gibt. Als ich damit angefangen habe, da gab es teilweise... also bei großen Firmen war es ganz klar, die kannten das schon, bei Privatleuten, die fragten dann manchmal schon, was machst du da? Und was soll das? Und wie, für eine kleine Party kann man das doch selber machen?! Ich musste denen dann schon erklären, dass das keine kleinen Partys mehr sind, sondern größere. Ähm, es hat sich also normalisiert" (Interview 17).

8.4.2 Modischer Wandel von Inszenierungen

Event-Inszenierungen sind nach Beobachtung einiger Gesprächspartner modischen Strömungen unterworfen. Um als Eventagentur erfolgreich zu sein, muss man sich auch daran orientieren, was gerade im Trend liegt. Inszenierungen unterliegen einer kontinuierlichen Veränderung.

„Verdammt wichtig. Ich denke, damit steht und fällt die Ausrichtung einer bestimmten Veranstaltung. Ähm, zeitgemäß ist im Moment vielleicht zu sagen, dass alles sehr klare Linien hat, ähm, dass viele Geschichten wie z.B. (überlegt) ähm, Inszenieren mit Möbellandschaften, insbesondere White lounge- Inszenierungen usw. sehr angesagt sind" (Interview 4).

„Man muss mittlerweile ja viel mehr drauf achten, was ist „IN" in Hamburg, Berlin, London, New York? Welche Trends kommen? Was kommt vielleicht wieder in Mode? Früher hast du einfach gemacht.". Andererseits aber auch „Mittlerweile kann man ja fast alles machen! Hauptsache es ist originell! Man muss die Leute ja schon schocken, damit die überhaupt noch was merken. Roy Black mit Message vom Band reicht da nicht mehr" (Interview 3).

Für den öffentlichen Sektor der Freizeitveranstaltungen wird dabei eine stärkere Ausrichtung auf Veränderungen der Populärkultur, gesehen, während bei Firmenaktivitäten Veränderungen der Formen und Medien von Event-Inszenierungen angesprochen werden.

Freizeitkulturelle Trends im Eventbereich sind komplex und von Gegenströmungen gekennzeichnet. Eine Kommerzialisierung von modischen Entwicklungen wird immer wieder gebrochen durch konträre Tendenzen und die Ausbreitung gegenläufiger kultureller Praktiken und künstlerischer Ansätze.

„Dass es alles größer, schneller, weiter ist, würde ich gar nicht sagen. Dazu ist das Segment zu vielschichtig. Natürlich geht der Trend immer mal gerne zu größeren Veranstaltungen, aber es gibt auch immer gegenläufige Tendenzen. (...) Das ist auch im Freizeitbereich ganz allgemein: Es gibt eine Kommerzialisierung auf der einen Seite

und als Gegenbewegung haben sie eine Entkommerzialisierung. Das sehe ich auch an bestimmten Veranstaltungsstätten, die neu aufmachen" (Interview 5).

Unterschieden wird von einem Gesprächspartner auch zwischen verschiedenen Arten von Trends. Kommerzielle Trends werden auch „künstlich“ von Marketingabteilungen und Firmen in die Welt gesetzt. „Echte“ Trends entwickeln sich demgegenüber „von unten“. Auf diese sollten sich Eventveranstalter stützen.

„Als echten Trend sehe ich die Vermischung von Architektur und Klassik, alte Schlösser, Parks und dort klassische Konzerte veranstaltet. Das kam aus dem Volk! Die Veranstaltung gab es schon, Jahre lang. Aber plötzlich wollten die Leute das auch. Markenerlebnis oder Edutainment, das sind keine Trends aus der Masse, das sind Trends aus der Wirtschaft!“ (Interview 14).

8.4.3 Erfahrungen mit Erlebnis-Szenarien

In einer mit Erlebnismöglichkeiten gesättigten Freizeitgesellschaft Menschen zu beeindrucken, stellt eine nicht unerhebliche Herausforderung dar. Die wachsende Erfahrung des Publikums mit Erlebnisszenarien verändert die Arbeit von Eventmanagern und macht es schwieriger, Konzepte zu entwickeln, die begeistern.

„Verändert hat sich, dass es schwer ist die Leute zu begeistern, die haben einfach schon zuviel erlebt! Die noch zu einem ‚Wow‘ zu bringen, das ist eine Herausforderung. Wie kann man Leute noch begeistern, ohne die Finanzen explodieren zu lassen. Ein Beispiel waren Manager auf dem Land, in einen Bauernhof, mit melken, backen usw. Das haben die in den letzten 20 Jahren nicht erlebt. Die waren neue Menschen! Halb so teuer wie ein Standardbuffet, aber doppelt so effektiv. Darum geht's! Andere Wege" (Interview 14).

Die Erwartungen an die „perfekte“ Organisation von Events steigen. Dies berichten einzelne Gesprächspartner und verweisen ebenfalls auf Erfahrungen ihrer Kunden bzw. der Nutzer der Events mit anderen Serviceleistungen.

„Allgemein muss von Jahr zu Jahr alles perfekter sein, auch die Planung. Die Leute wollen alles, ja, all inclusive geplant haben. Vom Feinsten..." (Interview 7).

8.4.4 Umbruch im Musikgeschäft und Stellenwert der Live-Konzerte

Das Musikgeschäft ist in einem radikalen Strukturwandel. Dies hängt mit dem Zugang zu digitaler Musik über das Internet zusammen. Den bisherigen Vertriebsstrukturen über CDs und DVDs oder konventionelle Musikplatten droht der Zusammenbruch. Damit verändert sich auch die Finanzierungsgrundlage für Musikbands und die „Wertigkeit“ eines Live-Auftritts im Verhältnis zur Musikkonserve. Das Musik-Event-geschäft wird paradoxerweise durch die universelle Verfügbarkeit digitaler Musik erst richtig belebt. Und auch das Publikum, so die Beobachtung einzelner Befragter, bringt der live gespielten Musik größeres Interesse entgegen als früher. Eventveranstalter können hier von einem technischen, aber durchaus auch kulturellen Umbruch profitieren.

„Dann gibt es die Entwicklung im Veranstaltungsgeschäft, dass Künstler immer weniger Platten oder DVDs verkaufen. Die refinanzieren sich im Augenblick mehr über ihre Live-Auftritte. Also gibt es auch mehr Veranstaltungen. Früher nutzte ein Künstler ein Konzert dazu, um seine Schallplatten bekannt zu machen und die dann zu verkaufen. Heute: MP3, zehnmals kopieren - zack ist die Sache... das Kopieren geht ja sehr schnell. Deshalb gibt es heute mehr Konzerte, mehr Live-Auftritte. Deshalb werden die Preise auch höher für diese Veranstaltungen. Der Künstler will das Maximum da rausziehen" (Interview 11).

„Ein großer Trend ist sicherlich die Abwertung der Konserve. Durch diese MP3-Downloadmöglichkeiten, dadurch, dass diese ganzen Tonträger nur noch virtuell sind, und nicht mal mehr ne LP hat man in der Hand, sondern man hat nen USB-Stick, da ist irgendetwas drauf. Das fördert natürlich schon den Live-Gedanken. Also wir beobachten das auch, dass der Trend wieder hingeht zu Live-Konzerten, ganz deutlich. Weil die Leute das auch tatsächlich erleben wollen und nicht nur einfach die Musik hören wollen und gar nicht wissen, was verbirgt sich dahinter. Sie haben ja außer Videos... selbst diese ganze Videogeschichte ist rückläufig. Ich denke schon: die Leute wollen es eben auch live erleben. Das spielt uns in die Hände. Insofern ist es eine positive Entwicklung“ (Interview 5).

8.4.5 Verschiebung des Aufgabenspektrums

Für einzelne Befragte gilt: Strategische Steuerung, Beratung und Vermittlung gewinnen als Aufgabenbereiche an Bedeutung. Wichtiger wird, sich mit den Kunden auseinanderzusetzen und die Botschaften zu klären, die über Events vermittelt werden sollen. Passende Formen und Medien gilt es mit Blick auf die Lernmöglichkeiten des Publikums dafür zu finden. Die eigentliche operative Umsetzung wird mehr an Spezialisten abgegeben.

„Früher waren die Anforderungen an Eventmanager hauptsächlich logistischer Natur. Man hatte sehr viel mit Planungskompetenzen zu tun. Und geht heute immer hin zu Beratungskompetenzen, das heißt, auch strategisch denken zu können, nicht nur eine Veranstaltung im Blick zu haben, sondern das ganze Jahr oder Kommunikationsstrategien über mehrere Jahre im Blick zu haben und auch vernetzt mit den Kommunikationsabteilungen der Unternehmen zu arbeiten. Früher war das halt ne rein planerische Tätigkeit. Man hat verschiedene Sachen zusammengesetzt und die abgearbeitet. Das ist nen Bereich, den immer mehr Zulieferer übernehmen und die das auch können“ (Interview 13).

Die „Philosophie“ des Eventmanagements verschiebt sich etwas in eine pädagogische Richtung, so die Selbstbeobachtung eines Gesprächspartners. Die Auseinandersetzung mit den Botschaften und den geeigneten Medien für eine Vermittlung wird zentral für den Erfolg. Ein informelles Lernen im Rahmen von inszenierten Events rückt stärker in den Fokus der Planung.

„Es geht also immer mehr hin zu inhaltlicher Arbeit, dass ich mich mit den Botschaften des Kunden auseinandersetze und überlege: Wie kann ich die vor Ort umsetzen? Wie kann ich Künstlerakts adaptieren, so dass sie Inhalte des Kunden transportieren? Wir transportieren... das Unternehmen kann auf sachlicher Ebene ihre Informationen und Botschaften vermitteln. Die suchen uns sozusagen als Transformator, die das Ganze emotionalisieren und den Teilnehmern auf sinnliche Art und Weise näher bringen und dadurch auch das Ganze auch verankern“ (Interview 13).

8.4.6 Sensibilität für das gesellschaftliche Umfeld

Für die Entwicklung von Events spielt neben der Orientierung an „modischen Strömungen“ der Inszenierung auch eine Sensibilität für das gesellschaftliche Umfeld eine wichtige Rolle. Hierzu sind beispielsweise die sozialen Umbrüche in der Gesellschaft, der demographische Wandel und möglicherweise auch ein Wandel zu einer stärker heterogenen, multikulturellen Gesellschaft zu zählen. Man muss „den Nerv der Zeit treffen“, um mit Veranstaltungen erfolgreich zu sein. Insofern fließen viele gesellschaftliche Entwicklungen auch in Eventveranstaltungen ein, werden quasi in diesem Medium gespiegelt.

„Wir lassen eh sehr viele Trends in unsere Arbeit recht frühzeitig einfließen. Und alle Trends, die in der Gesellschaft stattfinden, müssen sich konsequenter Weise auch in unserem Job widerspiegeln. Also muss sich sehr viel mit seiner Umgebung und den Strömungen in der Gesellschaft beschäftigen und auch beschäftigen wollen“ (Interview 13).

„(...) zum Beispiel, wenn man für die öffentlichen Auftraggeber etwas entwickelt. Dann muss man auch oft eine Gradwanderung machen in Bezug auf... Ich sag mal, in einer Stadt wie Bremen mit einer hohen Arbeitslosigkeit, die eigentlich mehr zu den ärmeren gehört, dass man da schon mal hört: Pass auf, dass das nicht so protzig aussieht. Nicht das wir Vorwürfe bekommen. Das muss schön sein und exklusiv sein, aber nicht so wirken als wenn wir Steuergelder rausschmeißen. Also das zum Beispiel ist eine ganz offensichtliche Sache, wo die... der gesellschaftlicher Trend auch Einfluss auf unsere Arbeit hat“ (Interview 10a).

„Wir machen natürlich auch viele massenkompatible Veranstaltungen, gerade wenn es im Grünflächen ne,...parks... Da haben sie kleine und große Menschen, Alte und Junge, Familien mit Geld, Familien ohne Geld, ethnische Herkünfte, alles durcheinander. Da müssen Sie schon, sag ich mal, da können Sie nicht anfangen spezielles Nischenpublikum anzusprechen“ (Interview 10b).

Einstellungen zu Religiosität und Kirche sind ein weiterer angesprochener gesellschaftlicher Wandel mit Einfluss auf das Eventmanagement. Vergleichbar erscheinen diese Strömungen mit Entwicklungen im Umweltsektor und einem Marketing der hier tätigen Non-Profit-Organisationen.

„Es sind Berichte in der Presse gewesen, in den Medien generell, zum Thema „neue Religiosität in Deutschland“ usw. Da hat sich was getan, und das wird sich jetzt auch so entwickeln, dass in diesem Segment „kirchliche. Großveranstaltung“ ein anderes Augenmerk drauf gelegt wird, z.B. bei den Leuten, die Eventmanagement studieren. Durchaus, durch Umwelteinflüsse aus dem gesellschaftlichen Bereich tut sich da was“ (Interview 9).

8.4.7 Demographischer Wandel

Mehrere Gesprächspartner sprechen ausdrücklich den demographischen Wandel an. Deutlich wird, Programme verändern sich und bestimmte Aspekte, wie die Familienfreundlichkeit oder eine generationsübergreifende Attraktivität, werden heute schon anders gesehen. Zudem steigen vermutlich die Erwartungen an den Komfort eines Veranstaltungsorts, und Veranstalter reagieren vorausschauend mit einem Umbau ihrer Kapazitäten.

„Aber wir gehen mehr in die Mittelschicht und in die Seniorengeschichten. Z.B. unsere Sandskulpturen, die ich vorher schon mal angesprochen habe, da ist es so, dass wir es so konzipieren, dass es richtige Familienevents sind. Also, dass Ruhezeiten auch für ältere Besucher dort sind, auf der anderen Seite haben wir auch Ecken für Kleinkinder, bei Sandskulpturen gerade, wo sie selber im Sand spielen können. Und solche Geschichten dann noch. Also bei Drachenfesten. Ich mach nach wie vor ja noch Drachenfeste, auch dort ist es so, dass wir immer zusehen, dass es wirklich Familienevents auch sind. Denn ich denke gerade, der Trend, Familie zusammenzuhalten, und Familien gemeinsam was erleben zu lassen, ist sehr, sehr wichtig“ (Interview 15).

„Man weiß, dass die Gesellschaft überaltert, dass man auch in dem Bereich einfach Angebote macht. Also wir haben jetzt auch darauf reagiert auf diesen Prozess durch den Umbau (...). Der hat den Sinn auch, unsere Bestuhlungskapazitäten zu erhöhen, damit wir mehr Veranstaltungen bestuhlt anbieten können. (Int: Das sind die Galerien).

Genau, hinten, dass wir ne richtige Tribüne eingebaut haben, mit den Sitzplätzen, damit das nächste Status-Quo-Konzert zumindest vielleicht auch teilbestuhlt zumindest stattfinden kann, weil die Leute älter werden und nicht mehr Lust haben, zwei Stunden zu stehen. Also ich glaube, dass Perspektiven, auf die man gefasst sein sollte. Gleichwohl werden die Leute auch älter und sind auch bereit, irgendwas zu tun. Die wollen ja was erleben. Also in diesem Senior-Citizen-Bereich dort Angebote zu machen. Das ist sicherlich sinnvoll" (Interview 5).

8.4.8 Wandel der Veranstaltungs- und Kommunikationstechnik

Die Veranstaltungstechnik und die Kommunikationstechnik, die für die Organisation von Events genutzt werden, unterliegen einem starken Wandel, wie einzelne Beispiele verdeutlichen.

„Früher, so vor zehn Jahren, hatten wir alle so dicke Funkgeräte. Jeder hatte ein Funkgerät. Bei 20 Mann konnten aber nur zwei miteinander sprechen, dann konnten die anderen alle nicht miteinander sprechen. Heute gibt es auf einmal schnurlose Telefone. Früher gab es Lichtsteueranlagen, ein Pult, so groß wie dieser Tisch hier. Da drehte man und drückte man. Heute holt man son Ding aus der Tasche, das ist mit WLAN irgendwo angeschlossen. Dann sitze ich in der Halle und mache mit so nem Pocket-PC die gesamte Lichtsteuerung für ne ganze Halle" (Interview 11).

Hinzu kommt: mit den Möglichkeiten steigen auch die Ansprüche – die Anforderungen der Künstler an einen Veranstaltungsraum und die Erwartungen des Publikums an eine technisch gelungene Inszenierung.

„Und das setzt sich dann auf der Bühne fort. Also, die Halle sollte die modernste PA-Anlage dort stehen haben, früher hat ein Verfolger gereicht, heute braucht man drei Verfolger bei einer Veranstaltung. Und das ist natürlich wahnsinnig aufwendig sowas, das alles dann zu besorgen bzw. da hin zu stellen. Und manchmal sind die Künstler da abgedreht schon, wo man fragt, für diese eine Lichteinstellung, hätte ich dafür alles das besorgen müssen?" (Interview 15).

„Ja, einmal, je nachdem wo man veranstaltet, wenn man noch mal auf Veranstaltungshäuser zurückgeht, die technischen Anforderungen haben sich enorm verändert. Wieder bedingt aber auch durchs Fernsehen und solche Geschichten, ich hab gerade jetzt einen Vertrag vorgelegt bekommen, wir veranstalten ja auch Kabarett- Tage, was ich da an technischen Anforderungen erfüllen soll, das ist Wahnsinn. Da kann ich jede Eintrittskarte gleich um 4, 5 € erhöhen" (Interview 15).

8.4.9 Veränderung der Rahmenbedingungen

Benannt werden von einzelnen Gesprächspartnern Veränderungen bei den Rahmenbedingungen für die Veranstaltungsorganisation. Hierzu sind Änderungen bei den rechtlichen Regelungen und durch neue technische Möglichkeiten induzierte Veränderungen der kommerziellen Strukturen für Vertrieb und Kommunikation (Partner, Kunden) zu nennen.

8.4.9.1 Rechtliche Rahmenbedingungen

Eine Änderung, auf die Eventveranstalter sich aktuell einstellen müssen, sind die Nicht-raucher-Regelungen in den verschiedenen Bundesländern.

„Jetzt darf auf einmal nicht mehr geraucht werden. Was meinen Sie, was das für eine Diskussion ist. (...) Aber es gibt viele Party-Veranstalter, die sagen: Das geht doch gar

nicht mehr, meine Geschäftsgrundlage ist zerstört. Ich bin da sehr skeptisch, also ich glaube das nicht. Andere Länder haben sehr wohl vorgemacht, dass das sehr wohl funktioniert. Aber das sind auch neue Entwicklungen, wo man drüber reden muss. Das werden wir in einem Jahr sehen, ob nun die Geschäftsgrundlage zerstört ist oder nicht" (Interview 11).

8.4.9.2 Kommerzielle Rahmenbedingungen

Das Internet bekommt eine starke Bedeutung für die Kommunikation mit Kunden und Partnern. Und auch der eigentliche Kartenverkauf für die Veranstaltungen wird immer mehr über das Internet abgewickelt. Dementsprechend müssen die Mitarbeiter von Hallen und Eventagenturen ihre organisatorischen Abläufe verändern und sich bezogen auf die Innovationen bei den Computersystemen auf dem Laufenden halten

„Die Qualifikation der Besucher selber, sich zu informieren über Internet, über andere Quellen, ist enorm gestiegen. Da gibt es im Grunde kaum noch Bedarf nach Telefon. Am Telefon wird allenfalls noch verhandelt, aber selbst Buchungen über Firmen oder Leute, die hier etwas wissen wollen über die Halle, die also hier unsere Geschäftskunden sind, die machen das zwangsläufig über E-Mail. Das ist aber in anderen Hallen sicherlich anders. Also die Stadthalle hat noch einen riesigen Stab von Mitarbeitern. Auch andere Büros sind noch besetzt mit Leuten, die noch am Telefon sind und so. Aber wir haben das sehr sehr reduziert auf diese Möglichkeit, das per E-Mail zu machen" (Interview 5).

„Früher haben wir alle Eintrittskarten als Hart-Ticket gekauft. Dann ist man rumgelaufen als Veranstalter in der ganzen Stadt und hat da hundert und da hundert, und dann sind da Karten verkauft worden. Dann kam irgendwann das elektronische Kartensystem. Jetzt standen da nur noch Drucker, und die waren irgendwo an son Zentralrechner angeschlossen. Und jetzt gibt es auf einmal "Print at home" über Internet. Jetzt bin ich zu Hause und drucke mir mein Ticket mit meinem eigenen Drucker aus. Also das sind ja Entwicklungen, die sich da ergeben haben in den letzten zehn Jahren, die ja total rasant sind. Die man einfach beobachten muss" (Interview 11).

8.5 Zwischenbilanz

Insgesamt werden die Einschätzungen der Gesprächspartner durch eine positive Sicht auf die Berufsfeldentwicklung geprägt. Es ist ein „Wachstumssektor“, dessen Strukturen sich in den letzten Jahren stabilisiert haben. Spezialisierung, aber auch Konzentration und Wettbewerb kennzeichnen die weiteren Perspektiven. An den steigenden Bewerberzahlen lässt sich ablesen, dass sich die Tätigkeit als Eventmanager von einem Nischensektor zu einem „Modeberuf“ entwickelt, der für viele interessant erscheint. Potenziale für Hochschulabsolventen sind durchaus gegeben, allerdings fehlt ihnen aus Sicht der Befragten eine „Erdung“ durch praktisches Erfahrungswissen. Eventmanagement ist kein einheitliches Berufsfeld, sondern ist durch unterschiedliche Grundtypen und eine Varianz in den Beschäftigungsstrukturen gekennzeichnet. Die jeweiligen Chancen sind differenziert zu beurteilen. Schließlich wird durch die Interviews die Dynamik des Eventbereichs zumindest in Teilen erkennbar. Event-Inszenierungen unterliegen modischen Strömungen und nehmen Bezug auf große gesellschaftliche Trends. Änderungen in den rechtlichen Rahmenbedingungen wie auch technische Innovationen nehmen starken Einfluss auf das praktische Handeln. All dies gilt es in Ausbildungsprogrammen zu berücksichtigen.

9 Demographische Angaben

Insgesamt wurden 22 Eventmanagerinnen und Eventmanager in die Studie einbezogen. Die folgenden Tabellen dokumentieren die demographischen Angaben in summarischer Form. Sie geben damit einen Überblick zur Zusammensetzung der Stichprobe. Eine Verallgemeinerung für alle Beschäftigten im Eventsektor ist sicherlich nicht so einfach möglich.

9.1 Geschlecht und Alter

Der Anteil der befragten Männer überwiegt leicht mit 13 von 22 Interviewpartnern. Allerdings zeigt der Kontakt zu immerhin 9 Eventmanagerinnen mit unterschiedlichen Positionen (selbständig wie angestellt), dass der Sektor Eventmanagement keine rein männlich dominierte Sparte der Freizeitwirtschaft darstellt. Auch bei den weiblichen Befragten gibt es ein Spektrum von Berufsanfängerinnen und langjährig in diesem Sektor tätigen Eventmanagerinnen.

Tab. 1: Geschlecht	
männlich	13
weiblich	9

Beim Alter der Befragten zeigt sich ein breites Spektrum von Anfang 20 bis Mitte 50. Einen erkennbaren Schwerpunkt gibt es im jüngeren Erwachsenenalter von 25 bis 35 Jahren. Mit dem Alter verknüpft sind die Aspekte Berufserfahrung, Quereinstieg oder gezielte Ausbildung und die Art des Beschäftigungsverhältnisses. Alle Interviewpartner über 40 Jahre sind als Selbständige im Eventgeschäft mit vielen Jahren Berufserfahrung tätig.

Tab. 2: Alter	
18-24	2
25-30	7
31-35	5
36-40	3
41-49	2
50-55	2
keine Angabe	1

9.2 Familienstand und Kinder

Beim Familienstand zeigt sich ein zweigeteiltes Bild. Etwa die Hälfte der Interviewpartner ist verheiratet oder lebt in einer Partnerschaft. Als „ledig“ geben 10 Befragte ihren Familienstand an. Die meisten haben keine Kinder, acht Interviewpartner haben ein Kind bzw. zwei Kinder. Auch hierbei spielt das Alter wieder eine wichtige Rolle. Die meisten Interviewpartner unter 30 Jahre haben (noch) keine Kinder. Viele sind ledig. Bei den etwas älteren Gesprächspartnern ab Mitte 30 dominieren Partnerschaft und Ehe. Die Hälfte der Älteren hat eigene Kinder.

Zusammen mit den geschilderten „Belastungen“ im Alltag durch eine Tätigkeit als Eventmanager lassen die Daten darauf schließen, dass es nicht immer einfach ist, Familienleben und Freizeitberuf miteinander in Einklang zu bringen. Allerdings können hier auch allgemeine gesellschaftliche Trends wie der Rückgang der Geburtenrate und der Wandel von Familienformen eine Rolle spielen.

Tab. 3: Familienstand	
ledig	10
ledig/in Partnerschaft	5
verheiratet	4
geschieden	1
geschieden/in Partnerschaft	2

Tab. 4: Kinder	
keine Kinder	14
1 Kind	5
2 Kinder	3

9.3 Bildungsabschluss

Betrachtet man den formalen Bildungsabschluss der Interviewpartner, fällt auf, dass mehr als die Hälfte der Interviewpartner über einen Hochschulabschluss (Fachhochschule oder Universität) verfügt. Hinzu kommen einzelne Studienabbrecher oder Befragte, die ein Hochschulstudium weiter verfolgen. Viele der älteren Befragten, dies zeigen die Berichte zum Berufseinstieg, sind nicht mit einer spezifischen Hochschulbildung im Eventsektor gelandet. Aufgrund der Datenlage lässt sich jedoch vermuten, dass in bestimmten Positionen im Eventmanagement (Selbständige, Leitungspositionen) auch heute schon ein hoher Anteil an Hochschulabsolventen vertreten ist. Dies ist auch im Vergleich mit anderen Berufsfeldern im Sektor Freizeit und Tourismus zu sehen (z.B. Reiseleitung). Mit spezifischen, auf den Eventbereich ausgerichteten, Hochschulabschlüssen könnte der Quereinstieg zu einem Auslaufmodell werden.

Tab. 5: Bildungsabschluss	
Realschulabschluss	2
Abitur	6
Hochschulabschluss	12
Fachschulabschluss	2

9.4 Beschäftigungsverhältnis und Dauer der Tätigkeit

Beim Beschäftigungsverhältnis zeigt sich, dass eine Hälfte der Interviewpartner als Selbständige in unterschiedlichen Bereichen des Eventmanagements tätig ist. Die andere Hälfte hat eine Anstellung bei Eventagenturen oder arbeitet als Angestellte für verschiedene Veranstalter von Events (z.B. eine große Veranstaltungshalle). Beide Formen der Beschäftigung spielen im Eventsektor offenbar eine wichtige Rolle. Für eine genauere Analyse (z.B. nach Art der Selbständigkeit) erscheint die Stichprobe etwas klein. Festzuhalten ist, dass es sich hierbei sowohl um mithaftende Gesellschafter einer größeren Eventeinrichtung handeln kann, als auch um „kleinere“ Spezialisten unter den Event-Dienstleistern. Beide sind unter diesem Typ „Selbständige“ zusammengefasst.

Tab. 6: Beschäftigungsverhältnis	
selbständig	11
fest angestellt	10
keine Angabe	1

Die meisten Befragten verfügen über eine Berufserfahrung im Eventsektor von 5 bis 10 Jahren. Ein erheblicher Teil der Gesprächspartner ist aber auch mehr als 10 Jahre im Eventgeschäft tätig und kann daher sicherlich Veränderungen des Berufsfelds und Trends ganz gut einschätzen.

Tab. 7: Dauer der Tätigkeit (Jahre)	
1 bis 4,5	6
5 bis 10	9
11 bis 15	2
16 bis 20	5

10 Folgerungen für den Studiengang Freizeitwissenschaft

Der letzte Teil der Studie stellt Bezüge zwischen den erkennbaren Kompetenzanforderungen an Eventmanager und dem Studienprofil im Internationalen Studiengang Angewandte Freizeitwissenschaft her. Dabei geht es um Stärken und Schwächen des Studiums und damit um die konkreten Chancen der Absolventen im Berufsfeld. Im Mittelpunkt steht die Frage: Wie gut sind die Absolventen der Freizeitwissenschaft auf die Anforderungen im Feld Eventmanagement vorbereitet?

Darüber hinaus wird eine Differenzierung und Ergänzung der Module des Studiengangs thematisiert, um eine noch spezifischere Ausrichtung auf das Feld Eventmanagement anzuregen. Der Aufbau dieses Kapitels lehnt sich an die Systematik des Abschnitts Kompetenzen (Kap. 6) an.

Dieser Teil des Berichts ist nur studiengangintern verfügbar.

11 Literatur

GEBHARDT, W./ HITZLER, R./ PFADENHAUER, M. (2000) (Hrsg.): Events. Soziologie des Außergewöhnlichen. Opladen.

HEPP, A./ VOGELANG, W. (2003) (Hrsg.): Populäre Events. Opladen.

OPASCHOWSKI, H. W./ PRIES, M./ REINHARD, U. (2006): Freizeitwirtschaft, die Leitökonomie der Zukunft. Hamburg.

12 Anhang

12.1 Übersicht: Interviews im Rahmen der Studie

Profil der Interviewpartner

Interview-Nr.	Ge-schlecht	Alter	Hochschul-ab-schluss ja / nein	Beschäftigungs-verhältnis	Dauer der Tätigkeit in Jahren
1	m	20 - 30	ja	k.A.	2
2	w	20 - 30	nein	selbständig	1
3	m	20 - 30	nein	selbständig	5
4	m	31 - 40	nein	fest angestellt	10
5	m	41+	ja	selbständig	20
6	w	20 - 30	nein	fest angestellt	2
7	w	31 - 40	ja	selbständig	5,5
8	m	20 - 30	ja	fest angestellt	4,5
9	m	31 - 40	ja	fest angestellt	7
10a	w	41+	ja	selbständig	20
10b	w	k.A.	nein	selbständig	20
11	m	31 - 40	ja	fest angestellt	11
12	w	20 - 30	ja	fest angestellt	5
13	m	20 - 30	nein	selbständig	8,5
14	m	31 - 40	ja	fest angestellt	15
15	m	41+	ja	selbständig	9
16	m	20 - 30	nein	selbständig	5
17	w	31 - 40	nein	fest angestellt	9
18	m	31 - 40	nein	fest angestellt	4,5
19	m	20 - 30	nein	selbständig	3
20	w	31 - 40	nein	fest angestellt	17
21	w	41+	ja	selbständig	20

K.A.: keine Angabe

12.2 Frageleitfaden für die Interviews

Leitfaden für die Eventmanager(innen)befragung

I. Formale Rahmenbedingungen

- Wie lange arbeiten Sie schon als Veranstaltungs- bzw. Eventmanager/in?
- Welcher Art ist das Beschäftigungsverhältnis
- (selbständig, fest angestellt, saisonal befristet ...)?
- Bei welcher Art von Veranstalter arbeiten Sie?
- Welche Aufgaben fallen in Ihren Arbeitsbereich als Eventmanager/in?

II. Motivation und Arbeitsumfeld

- Warum arbeiten Sie als Veranstaltungs- bzw. Eventmanager/in?
- Was mögen Sie an dieser Tätigkeit?
- Was belastet Sie am beruflichen Alltag?
- Wie kommen Sie mit den Anforderungen und Belastungen des Berufs zurecht?
- Wie zufrieden sind Sie mit Ihrer Arbeit?

III. Qualifizierung und Kompetenzen

- Über welche Kompetenzen und Fähigkeiten sollte ein Eventmanager verfügen?
- Über welche Ausbildung verfügen Sie?
- Wie haben Sie sich bzw. wurden Sie auf die Tätigkeit vorbereitet?
- Haben Sie sich während Ihrer beruflichen Zeit fortgebildet?
- Welche berufsspezifischen Aus- und/oder Weiterbildungen kennen Sie im Eventbereich? Decken diese den notwendigen Bedarf?

IV. Perspektive

- Welche zukünftigen Erwartungen und Hoffnungen verbinden Sie mit Ihrer Arbeit im Veranstaltungs- bzw. Eventmanagement?
- Wie sehen Sie die zukünftige Berufsfeldentwicklung im Allgemeinen?
- Wie verändern sich die Berufsfeldstrukturen und Beschäftigungsverhältnisse?
- Welche Einflüsse haben große gesellschaftliche Trends auf das Berufsfeld?
- Sind die Anforderungen an Eventmanager über die Zeit anders geworden (rechtlich, gesellschaftlich, kulturell, organisatorisch, politisch...)?
- Welche Potentiale gibt es für Hochschulabsolventen im Bereich Eventmanagement (gegebenenfalls Bezug ISAF)?

V. Demographische Zusatzangaben

- Wie alt sind Sie?
- Geschlecht (notieren)?
- Familienstand?
- Kinderanzahl?
- Welcher ist Ihr höchster Bildungsabschluss?