

Gernot Gehrke  
Daniela Spott de Barrera  
David Lampe

# Die Veranstaltungs- wirtschaft und ihr Personal

Angebotsprofile und  
Nachfragestrukturen  
von Aus- und Weiterbildung



Springer Gabler

---

# Die Veranstaltungswirtschaft und ihr Personal

---

Gernot Gehrke · Daniela Spott de Barrera  
David Lampe

# Die Veranstaltungs- wirtschaft und ihr Personal

Angebotsprofile und  
Nachfragestrukturen  
von Aus- und Weiterbildung

Mit einem Geleitwort von Dr. Peter Neven

 Springer Gabler

Gernot Gehrke  
Hannover, Deutschland

David Lampe  
Hannover, Deutschland

Daniela Spott de Barrera  
Hannover, Deutschland

Finanziert und realisiert mit freundlicher Unterstützung von



ISBN 978-3-658-16966-4      ISBN 978-3-658-16967-1 (eBook)

DOI 10.1007/978-3-658-16967-1

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer Gabler

© Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH 2017

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen. Der Verlag bleibt im Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutionsadressen neutral.

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer Gabler ist Teil von Springer Nature

Die eingetragene Gesellschaft ist Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH

Die Anschrift der Gesellschaft ist: Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden, Germany

# Geleitwort

Wer sich in Deutschland für eine Aus- und/oder Weiterbildung im Rahmen der Veranstaltungswirtschaft entscheidet, verliert angesichts der Vielzahl von unterschiedlichen Angeboten leicht den Überblick. Die hier vorliegende Studie liefert nun einen umfassenden und tiefgehenden Überblick über Studiengänge und Weiterbildungsmöglichkeiten in der Veranstaltungswirtschaft, nennt die Akteure und systematisiert die Angebote.

Außerdem liefert sie Antworten auf die Frage, was die Branche von ihrem Personal erwartet und was aus Sicht der Befragten getan werden muss, um Angebot und Nachfrage besser aufeinander abzustimmen.

Die Studie zeigt auch, dass es einen Bewusstseinswandel dahingehend gibt, dass die Organisation von Veranstaltungen immer mehr als anspruchsvolle Aufgabenstellung begriffen wird, die nicht nebenbei von irgendjemandem realisiert wird, sondern von qualifizierten Fachkräften, die eine entsprechende Ausbildung oder ein Studium erfolgreich abgeschlossen haben. Dieser Wandel ist noch lange nicht abgeschlossen. Und so zielt die Studie als entdeckende Forschung auch darauf ab, Denkanstöße zu liefern, um so dem Prozess um die Entwicklung von maßgeschneiderten Angeboten der Aus- und Weiterbildung für eine Tätigkeit in dieser Branche eine bessere Grundlage zu geben.

Der AUMA hat die Studie unterstützt, da sie grundlegende Einsichten in die Aus- und Weiterbildungssituation der Veranstaltungswirtschaft liefert. Damit bildet die vorliegende Untersuchung eine fundierte Basis für die weitere Diskussion und die Professionalisierung der Branche.

Expert(innen)-Interviews liefern dazu Erkenntnisse, wie die Personalnachfrage strukturiert ist. Leitfrageninterviews mit Alumni und Absolventen zeigen deren Erfahrungen auf, die sie hinsichtlich ihrer Qualifizierungen beim Berufseinstieg gesammelt haben.

Als Fallstudien aus dem Ausland wurden Kanada und Österreich ausgewählt, da es hier bereits Systematisierungsversuche gibt und das Bemühen um Professionalisierung und Innovationen in der Aus- und Weiterbildung für eine Tätigkeit in der Veranstaltungswirtschaft zu erkennen ist. Allerdings haben die Impulse aus diesen Ländern bisher kaum Vorbildcharakter für Deutschland.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass ein Bewusstseinswandel in der Branche stattfindet. Die aktuellen Entwicklungen in der Veranstaltungswirtschaft erfordern auf der Personalseite einen kontinuierlichen Zuwachs an Kompetenzen zur Gestaltung erlebnisorientierter Erfahrungen, die jenseits des operativen Geschäfts liegen.

Die Branche bleibt weiterhin spannungsvoll und so wünsche ich Ihnen eine spannende Lektüre.

Berlin

Dr. Peter Neven  
Geschäftsführer, AUMA –  
Ausstellungs- und Messe-Ausschuss  
der Deutschen Wirtschaft e.V.

# Vorwort

Grundlegende Forschung benötigt günstige Rahmenbedingungen. Von der Idee bis zur Veröffentlichung ist es oft ein weiter Weg, der viel Unterstützung und positive Begleitung auf ganz unterschiedlichen Ebenen fordert. An der Hochschule Hannover, der ich seit dem 1. März 2014 angehöre, habe ich gemeinsam mit dem Team von Anfang an beste Voraussetzungen für erfolgreiche Forschung vorgefunden: Teilweise Freistellung von Lehre und finanzielle Unterstützung der Vorhaben sind Teil der Forschungsförderungsstrategie und wurden auch diesem Projekt und seinen Mitarbeitenden zuteil.

Zum Forschungsteam gehörten Daniela Spott de Barrera, die als wissenschaftliche Mitarbeiterin tätig ist, David Lampe, der das Projekt als studentische Hilfskraft unterstützte, und Kerstin Bolm, Studiengangskordinatorin für den Studiengang Veranstaltungsmanagement. Mit ihr arbeitete die studentische Hilfskraft Mirjam-Sina Franke. Die professionelle Leidenschaft und tatkräftige Arbeit dieser Gruppe war die Basis für die Realisierung dieses Forschungsprojektes.

Zahlreiche Verbände der Veranstaltungswirtschaft in Deutschland haben unsere Arbeit an der Hochschule Hannover ebenfalls von Anfang an positiv begleitet. Ohne ihre Unterstützung wäre beispielsweise eine Onlinebefragung mit befriedigender Resonanz kaum möglich gewesen. Die Einladung zu Fachforen der Verbände hat uns die Möglichkeit gegeben, das Projekt und seine Ideen vorzustellen und um Unterstützung zu werben. Herauszuheben ist das Engagement des AUMA - Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V., der das Forschungsvorhaben nicht nur sehr sachkundig, sondern auch finanziell unterstützt hat. Dafür gilt stellvertretend Peter Neven und Hendrik Hochheim ein besonderer Dank.

Zahlreiche Expertinnen und Experten der Veranstaltungswirtschaft haben sich dankenswerter Weise bereit erklärt, uns für sehr tiefgehende und ausführliche Leitfadeninterviews ihre Zeit zu opfern. Die daraus gewonnen Einsichten sind wesentlicher Bestandteil der Forschungsarbeit und reichen mit ihren Eindrücken deutlich über den Rahmen des Projektes hinaus.

Dass zahlreiche Absolventinnen und Absolventen von Ausbildungen und Studiengängen für eine Tätigkeit in der Veranstaltungswirtschaft ebenfalls zu diesen Leitfadeninterviews bereit waren, hat die Arbeit im Forschungsprojekt

sehr bereichert und interessante wie wichtige zusätzliche Perspektiven auf den Gegenstand eröffnet.

Wie alles Forschen bietet auch dieser Bericht am Ende mehr Fragen als Antworten. Ein Grund zur Beunruhigung ist das nicht, weil uns die richtigen Fragen zu wichtigen Ergebnissen führen können. Vor diesem Hintergrund wünschen wir uns als Forschungsteam viele Fragen, kritische Begleitung und eine Weiterführung der Diskussion zu Inhalten von Aus- und Weiterbildung für eine Tätigkeit in der Veranstaltungswirtschaft.

Und schließlich führt alles Forschen auch immer zu einer Ausdehnung der Arbeitszeit, die in aller Regel zu Lasten der Familie geht. Deshalb gilt meiner Frau Barbara und unseren Töchtern Mia-Sophie und Emily der letzte, aber auch der wichtigste Dank für ihr Verständnis und ihre Unterstützung.

Hannover

Prof. Dr. Gernot Gehrke  
Professor für Management und Marketing  
in der Veranstaltungswirtschaft



# Executive Summary

Das hier dokumentierte Forschungsprojekt verfolgt ein exploratives Forschungsdesign. Als entdeckende Forschung liefert es eher Denkanstöße als gesicherte Ergebnisse und will so dem Diskussionsprozess um die Entwicklung von Angeboten der Aus- und Weiterbildung für eine Tätigkeit in der Veranstaltungswirtschaft eine bessere Grundlage geben. Gegliedert ist es in sechs Teilprojekte

- 1) Markt der Veranstaltungswirtschaft
- 2) Das bundesdeutsche Angebot an Aus- und Weiterbildung
- 3) Experteninterviews
- 4) Interviews mit Berufseinsteigern /Alumni
- 5) Online-Befragung
- 6) Zwei internationale Fallstudien

Methodisch kombiniert es eine systematische Literaturrecherche mit 19 Experteninterviews und 20 Interviews mit Berufseinsteigern, die jeweils als halbstandardisierte Leitfadeninterviews konzipiert wurden, sowie einer Onlinebefragung mit 167 Teilnehmerinnen und Teilnehmern. Die Forschungsarbeit als Interaktionsprozess betrachtend, fanden die einzelnen Prozesse – Leitfadeninterviews, Onlinebefragung, Marktstudien – zum Teil zeitlich parallel statt und wurden im Team durchgeführt. Regelmäßiger Abgleich und Reflektion von Zwischenergebnissen war Ziel und Methode des Projekts. So konnten etwa Teilanalysen aus der Onlinebefragung von den Interviewern als nützliches Hintergrundwissen in die Gespräche bei den Experten- und Alumni-Interviews einbezogen werden.

Der Markt der Veranstaltungswirtschaft (**Teilprojekt 1**) ist gekennzeichnet durch das Zusammenwirken von Auftraggebern, Vermittlern und Zulieferern in unterschiedlichen Konstellationen. Gemeinsam oder einzeln realisieren sie – mit und für sich immer wieder neu bildende Gruppen von Teilnehmenden – an Zielen orientierte, nutzenstiftende Veranstaltungsformate, die eher arbeitsorientiert, eher freizeitorientiert oder als funktionale und formale Mischformen zur Erreichung spezifischer Ziele angelegt sind und dabei gesellschaftliche Entwicklungen in der Gesellschaft als Ganzes oder ihren Teilbereichen verarbeiten, anregen oder spiegeln.

Das bundesdeutsche Angebot an Aus- und Weiterbildung für die Veranstaltungswirtschaft (**Teilprojekt 2**) umfasst derzeit 70 Studiengänge an privaten und staatlichen Hochschulen, die laut Bezeichnung auf eine Ausbildung im Bereich Veranstaltung zielen. 43 dieser Angebote werden von privat verfassten Anbietern unterbreitet, 27 sind staatliche Angebote. Unterschieden nach Bachelor und Master sind 58 von den insgesamt 70 Studiengängen Bachelor. Davon entfallen 38 auf private Hochschulen, 20 auf staatliche. Aus insgesamt 12 Master-Angeboten kann gewählt werden. Fünf von diesen Angeboten werden von privaten Hochschulen angeboten, sieben von staatlichen Hochschulen. Neben den Studiengängen wurden 92 Ausbildungs- und Weiterbildungsmöglichkeiten recherchiert.

In der Recherche zeigt sich, dass insbesondere der Weiterbildungsmarkt hinsichtlich der Curricula weitgehend als intransparent erscheint. Das Fehlen einheitlicher Kriterien für die Inhalte, die problematische Vergleichbarkeit von dualen und nicht-dualen Angeboten, von Langzeit- und Wochenendkursen, sowie die mangelnde Greifbarkeit von Anspruchsniveaus werden aus den hier erhobenen Daten deutlich. Die Vermischung von Begriffen wie „Veranstaltungs“- , „Event“- oder „Tourismus“-Management stiften zusätzlich Verwirrung in einem unübersichtlichen Angebotsmarkt.

Um zu erfahren, wie Experten (**Teilprojekt 3**) die aktuelle Situation bewerten, wurden 19 Personen aus ausbildenden Institutionen, Unternehmensführung und Verbandsvorständen befragt. Der Einsatz von halbstandardisierten Leitfadeninterviews nach SPSS-Schema hatte zum Ziel, einerseits vergleichbare Ergebnisse auch bei mehreren Interviewführenden zu erhalten, gleichzeitig aber auch Spielraum zu schaffen für freies Erzählen.

Die forschungsleitende Annahme, dass es kein durchgängiges Bewusstsein für „die“ Veranstaltungswirtschaft und damit für eine Selbstwahrnehmung der Akteure gibt, Teil einer Branche zu sein, bestätigte sich. Laut Expertinnen und Experten variieren Selbstbild und Fremdbild, wenn es um die eigene Branche geht. Innen wisse man gut Bescheid und nehme sich als Branche wahr. Von außen gebe es dieses Verständnis kaum.

Die Befragten unterscheiden zum großen Teil mit guten Kenntnissen der Curricula die Ausbildungsangebote und ihre divergierende Qualität. Kritisch fragen Expertinnen und Experten nach dem Nutzen von einigen Studiengängen oder Weiterbildungsangeboten, die als eher anbieterorientiert denn als nutzerorientiert aufgefasst werden. Anforderungen und Kompetenzprofile werden nach Hard Skills und Soft Skills unterschieden, die in Anspruchsebenen differenziert werden. Intrinsische Fähigkeiten sind von elementarer Be-

deutung. „Praxis, Praxis, Praxis“ wird als Erfolgsgarant guter Ausbildung gesehen. Die Aus- und Weiterbildung sehen die Expertinnen und Experten insgesamt auf einem guten Weg. Die eingeführten Ausbildungsberufe werden als sehr gute Basis gesehen. Gute Ansätze und die grundsätzliche Bereitschaft zum Dialog zwischen Veranstaltungswirtschaft und Hochschulen seien deutlich erkennbar aber ausbaufähig. Gewarnt wird vor einer Abkoppelung der Angebote von den Erwartungen der Branche. Dies trifft vor allem Angebote privater Anbieter. Mit den internationalen Vergleichen und den Vorbildern aus dem Ausland haben sich hingegen die wenigsten Experten beschäftigt.

In weiteren 20 Leitfadeninterviews mit Berufseinsteigern und Alumni (**Teilprojekt 4**) wird ein ausgeprägtes Branchengefühl deutlich. In etlichen Punkten decken sich die Aussagen mit denen der Experten: Praxiswissen ist wichtig, Kommunikationsfähigkeit ist alles – so lässt sich die Kernaussage der Gruppe zusammenfassen. Das sich der theoretische Unterbau, das wissenschaftliche Denken, in der Praxis als hilfreich erweist, dürfte hingegen auf die Alumni fast aller Studiengänge zutreffen. Veranstaltungsrecht und Sicherheitsmanagement werden als Kernkompetenzen im Berufsalltag hervorgehoben.

Zur Durchführung der Online-Befragung (**Teilprojekt 5**) wurden im Rahmen einer systematischen Literatur- und Onlinerecherche 28 in Deutschland tätige Verbände der Veranstaltungswirtschaft identifiziert. Über ihre Verteiler wurde die Zielgruppe der Online-Befragung vorrangig kontaktiert. Insgesamt haben 165 Personen teilgenommen. Die engagierte Unterstützung der Onlinebefragung durch die Verbände und die gute Beteiligungsquote lassen darauf schließen, dass ein hohes Interesse an der Beantwortung der gestellten Forschungsfragen besteht. Es haben sich überdurchschnittlich viele leitend und führend Tätige aus der Branche beteiligt, darunter dürften zahlreiche Personal- und/oder Ausbildungsverantwortliche sein.

Für 80 Prozent der Befragten sind die Charakteristika einer Dienstleistungsbranche erkennbar, wenn sie auf die Veranstaltungswirtschaft als Ganzes blicken. Wenn gefragt wird, ob Veranstaltungsmanager ein klar definierter Beruf ist, antworten 40 Prozent zustimmend, 60 Prozent sind anderer Meinung. Gefragt nach einer allgemeinen Einschätzung zur Qualität des deutschen Angebotes an Aus- und Weiterbildung für eine Tätigkeit in der Veranstaltungswirtschaft bewerten ein Drittel dieses Angebot als ‚eher schlecht‘ oder ‚schlecht‘, 58 Prozent bewerten das Angebot als ‚eher gut‘ oder ‚gut‘.

Eine qualifizierte Minderheit zwischen 15 und 20 Prozent vergibt für die Studiengänge hinsichtlich *Inhalte und Aktualität der Curricula bei Bachelor*

und Master Noten von ausreichend bis ungenügend. Mehr als die Hälfte vergibt Noten zwischen sehr gut und gut. Am schlechtesten schneiden im Vergleich der allgemeinen Bewertung die *Inhalte und die Aktualität der Curricula von Weiterbildungsangeboten* ab. Ihre Durchschnittsnoten liegen bei 3 (Inhalte) und 2,9 (Aktualität). Knapp 30 Prozent der Befragten vergibt für die Weiterbildung Noten von ‚ausreichend‘ bis ‚mangelhaft‘. Um die 70 Prozent bewerten Inhalte und Aktualität der Curricula im Weiterbildungsbereich mit ‚sehr gut‘ bis ‚befriedigend‘. Bei der Weiterbildung belegen Veranstaltungsrecht und Qualitätsmanagement die beiden ersten Plätze und zeigen die offenbar hohe Bedeutung, die alle Befragten diesen Themen zumessen. Aus den ausgewählten Trendthemen werden Qualitätsmanagement, Veranstaltungsrecht und Kreativität am wichtigsten für die Ausbildung eingeschätzt.

Als Fallstudien (**Teilprojekt 6**) wurden Kanada und Österreich ausgewählt, da hier Hinweise auf Systematisierungsversuche vorlagen. Kanada, das wegen des engen Bezugs zu den EMICS zu Beginn der Forschungsarbeit als eine Art Vorbild gedacht war, steht hinsichtlich Transparenz und Konsens zu den Ausbildungs- und Weiterbildungsinhalten an einem ähnlichen Punkt wie die Bundesrepublik Deutschland. Für Österreich gilt: Das Bemühen um eine Professionalisierung und Innovationen in der Aus- und Weiterbildung für eine Tätigkeit in der Veranstaltungswirtschaft ist auch hier zu erkennen. Allerdings haben diese Impulse bisher kaum Vorbildcharakter für Deutschland. Dies gilt auch für Kanada.

# Inhaltsverzeichnis

Geleitwort .....	V
Vorwort.....	VII
Abbildungsverzeichnis .....	XV
Tabellenverzeichnis .....	XVII
<b>1 Einleitung und Hintergrund.....</b>	<b>1</b>
<b>2 Methode und Methodologie.....</b>	<b>7</b>
2.1 Methodologie .....	7
2.2 Forschungsdesign .....	12
2.3 Methoden.....	16
2.3.1 Experteninterviews als halbstandardisierte Leitfadeninterviews .....	17
2.3.2 Online-Befragung.....	20
<b>3 Ergebnisse der Teilprojekte .....</b>	<b>25</b>
3.1 Der Markt der Veranstaltungswirtschaft in Deutschland .....	25
3.2 Das deutsche Angebot an Ausbildung und Weiterbildung für eine Tätigkeit in der Veranstaltungswirtschaft .....	43
3.3 Leitfadeninterviews mit ausgewählten Experten (Akteure aus dem Markt der Veranstaltungswirtschaft).....	53
3.3.1 Auswahl und Profil der ausgewählten Expertinnen und Experten.....	53
3.3.2 Merkmale und Akteure der Veranstaltungswirtschaft ...	56
3.3.3 Anforderungen und Kompetenzprofile.....	58
3.3.4 Aus- und Weiterbildungsangebote .....	60
3.3.5 Zusammenarbeit von Hochschulen und Veranstaltungswirtschaft .....	63
3.4 Leitfadeninterviews mit ausgewählten Berufseinsteigern in die Veranstaltungswirtschaft .....	67
3.4.1 Merkmale und Akteure der Veranstaltungswirtschaft ...	68

3.4.2	Anforderungen und Kompetenzprofile.....	71
3.4.3	Trendthemen.....	71
3.4.4	Ausbildung und Weiterbildung in der Veranstaltungswirtschaft – allgemeine Bewertung .....	72
3.4.5	Aus- und Weiterbildungsangebote .....	73
3.4.6	Internationale Systematisierungsversuche zu den Inhalten von Aus- und Weiterbildung für eine Tätigkeit in der Veranstaltungswirtschaft.....	73
3.4.7	Zusammenarbeit von Hochschulen und Veranstaltungswirtschaft .....	74
3.4.8	Abgleich: Ausbildungsinhalte vs. Erfordernisse im Beruf.....	75
3.5	Online Befragung von Akteuren der Veranstaltungswirtschaft.....	76
3.5.1	Profil der Befragungsteilnehmer .....	77
3.5.2	Merkmale der Veranstaltungswirtschaft.....	79
3.5.3	Ausbildung und Weiterbildung in der Veranstaltungswirtschaft – allgemeine Bewertung .....	81
3.5.4	Ausbildungsinhalte.....	86
3.5.5	Weiterbildungsinhalte.....	89
3.5.6	Internationale Systematisierungsversuche zu den Inhalten von Aus- und Weiterbildung für eine Tätigkeit in der Veranstaltungswirtschaft.....	93
3.5.7	Zusammenarbeit zwischen Hochschule/Universität und Veranstaltungswirtschaft .....	96
3.6	Internationale Fallstudien: Die Veranstaltungswirtschaft und ihr Personal in Österreich und Kanada.....	98
3.6.1	Kanada.....	98
3.6.2	Österreich .....	104
<b>4</b>	<b>Zusammenfassung.....</b>	<b>107</b>
<b>5</b>	<b>Literaturverzeichnis.....</b>	<b>111</b>