

HOCHSCHULE
HANNOVER
UNIVERSITY OF
APPLIED SCIENCES
AND ARTS

—
*Fakultät III
Medien, Information
und Design*



© Bolm

Rigging Point

Nº 10 - März 2017 Studiengang
Veranstaltungsmanagement



DAS GIBT'S ZU SEHEN

EDITORIAL ... OUTGOING!	3
DUBLIN EXKURSION NACH IRLAND	4
ERASMUS BVM IN IRLAND	8
PORTRAIT PROF. DR. ISABELLE THILO	9
PRAXISPHASE	
KLEINE AGENTUR – GROSSE CHANCE	10
MIT SPASS MAL KURZ DIE WELT RETTEN	11
LANGLAUF LOHNT SICH	12
DAS PRODUKT: DIE INSEL	13
BUCHTIPP	14
WAHLSCHWERPUNKTE	
BUDGET, BEAUTY & AIRBNB	16
DIE ZUKUNFT DER VA-WIRTSCHAFT	17
PRAXISPROJEKT – ALLES FÜR DIE KATZ?	18
SAVE THE DATE	19
IMPRESSUM	20

Rigging Point... ?

Rigging ist ein Begriff aus der Veranstaltungstechnik. Er bezeichnet das Aufhängen von Lasten, wie beispielsweise Lautsprechern, Scheinwerfern oder Videotechnik, an Traversen. Der „Rigging Point“ ist der Punkt der Anbringung.

... OUTGOING!

EIERLEGENDE WOLLMILCHSÄUE AUF REISEN

Globalisierung und Internationalisierung - nach den Trends gefragt, die die Veranstaltungswirtschaft in den kommenden Jahren deutlich prägen werden, nannten fast alle Experten diese Stichworte im abgeschlossenen Forschungsprojekt „Die Veranstaltungswirtschaft und ihr Personal“ (Veröffentlichung: Springer Verlag im Mai 2017). Mit Blick auf das Studium verbanden sie damit vor allem sprachliche und interkulturelle Kompetenzen, die die Arbeitgeber als besonders wichtig einschätzen und oft sogar als selbstverständlich voraussetzen.

Die Herausforderung lautet also: Eierlegende Wollmilchsaue für Veranstaltungswirtschaft in sieben Semestern werden, nebenbei noch Sprachen lernen und Auslandserfahrung sammeln, möglichst branchenspezifisch – geht das? Und wenn ja, wie?

Naturgemäß muss man dafür ‚rausgehen‘, ins Ausland, in die Praxis oder beides gleichzeitig. Welche konkreten Möglichkeiten es gibt, welche Erfahrungen unsere Studierenden im vergangenen Semester gemacht haben, damit beschäftigt sich unsere Ausgabe No.10 in besonderer Breite. Erasmusstudium, Exkursion und die Erfahrungsberichte des ersten Jahrgangs, der im Wintersemester ‚draußen‘ war in der Praxisphase. Ihren Beschreibungen widmen wir in diesem Rigging Point mehr Raum als sonst.

Die Vielzahl der Wahlschwerpunkte und Praxisprojekte darzustellen sprengt inzwischen (erfreulicherweise) ohnehin den Rahmen dieses Hefts. Mehr Studierende, mehr Veranstaltungen, mehr Projektpartner und durch die neue Professur von Isabelle Thilo glücklicherweise auch mehr Lehr-Personal: Unser Studiengang wächst in jeder Hinsicht und nicht zuletzt durch den Blick über den Tellerrand.

Und weil dies die Sommersemester-Ausgabe ist: **HEFT NEHMEN UND DRAUSSEN LESEN!**

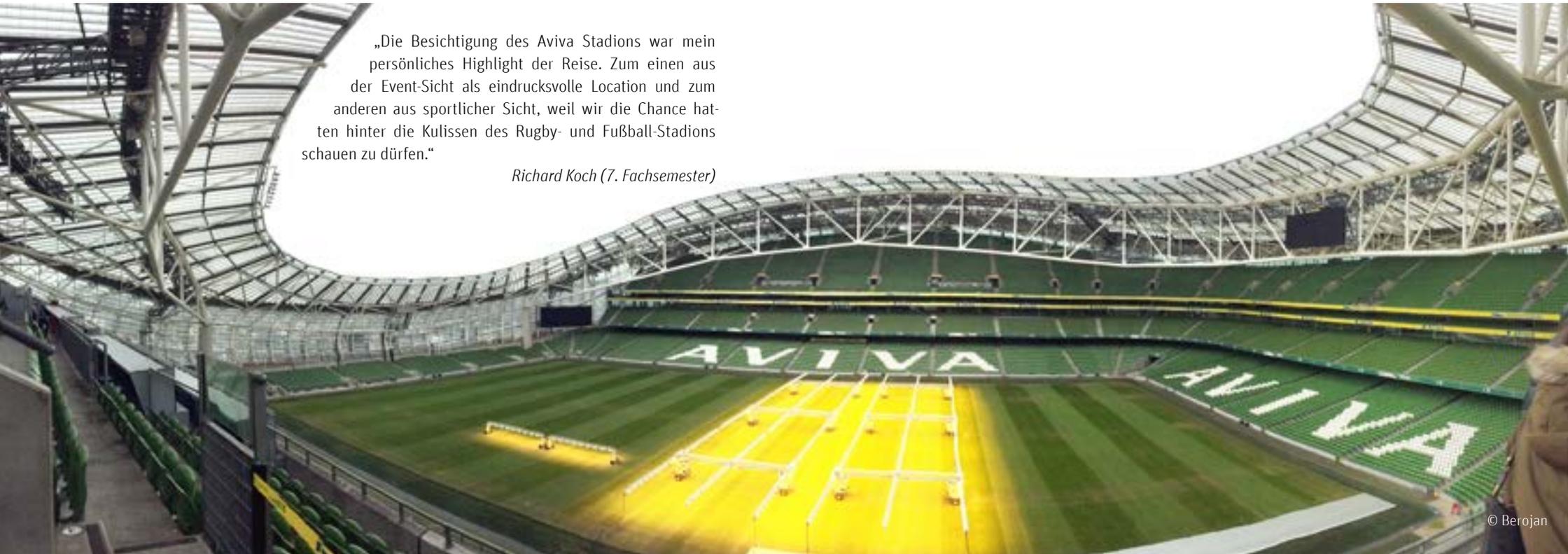
Daniela Spott de Barrera



DUBLIN ENTDECKEN

„Die Besichtigung des Aviva Stadiums war mein persönliches Highlight der Reise. Zum einen aus der Event-Sicht als eindrucksvolle Location und zum anderen aus sportlicher Sicht, weil wir die Chance hatten hinter die Kulissen des Rugby- und Fußball-Stadions schauen zu dürfen.“

Richard Koch (7. Fachsemester)



© Berojan



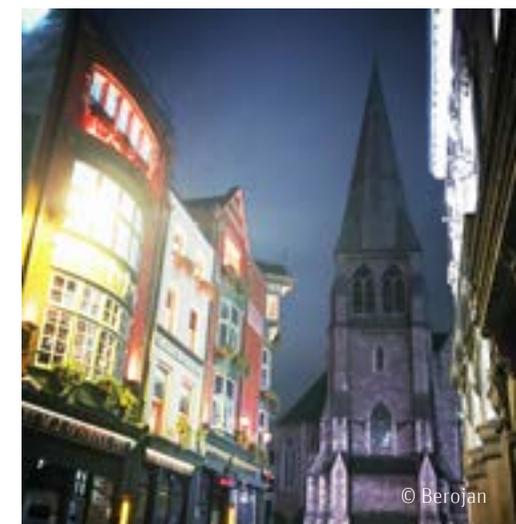
© Berojan



© Berojan

„Dublin hat sich für mich überraschend touristisch präsentiert. Eine Fahrt mit dem Sightseeing-Bus lohnt sich vorab, um für sich selbst zu entdecken, welche Orte die interessantesten sind. Hat man seinen Lieblingsort entdeckt, lernt man schnell die gastfreundlichen Menschen in Natur und Kultur kennen.“

Maik Goslar (7. Fachsemester)



© Berojan



© Berojan

© Berojan



© Berojan

„Die National Concert Hall ist der wichtigste nationale Schauplatz für klassische Musikkonzerte in Irland. Die Architektur ist sehr beeindruckend und die Bühne von allen Plätzen ohne Sichtbehinderung einsehbar.“

Ein besonderer Ort, den man unbedingt gesehen haben sollte, wenn man in Dublin ist.“

*Ricarda Estkowski
(7. Fachsemester)*

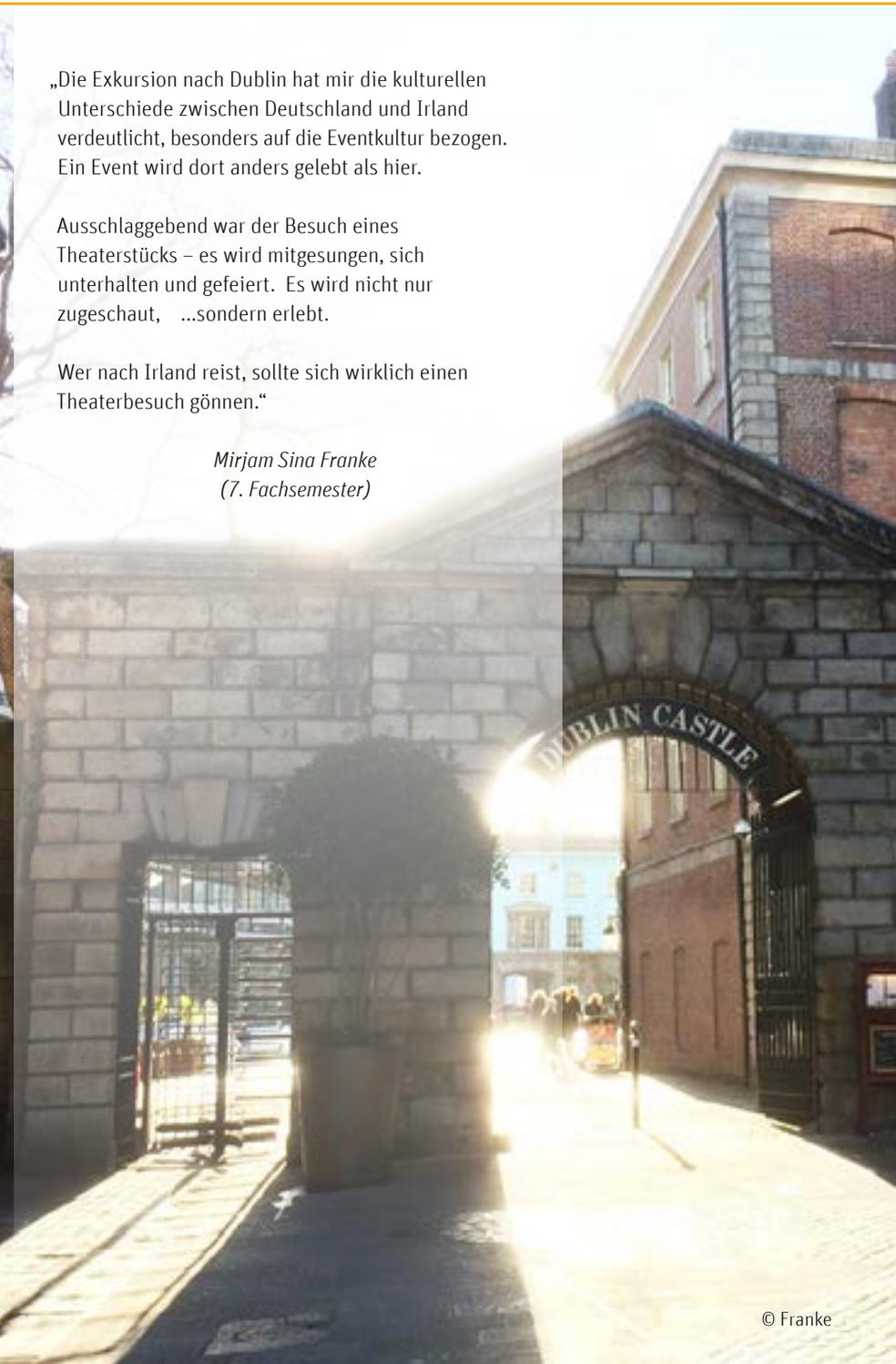


„Die Exkursion nach Dublin hat mir die kulturellen Unterschiede zwischen Deutschland und Irland verdeutlicht, besonders auf die Eventkultur bezogen. Ein Event wird dort anders gelebt als hier.“

Ausschlaggebend war der Besuch eines Theaterstücks – es wird mitgesungen, sich unterhalten und gefeiert. Es wird nicht nur zugeschaut, ...sondern erlebt.“

Wer nach Irland reist, sollte sich wirklich einen Theaterbesuch gönnen.“

*Mirjam Sina Franke
(7. Fachsemester)*



© Franke

BVM IN IRLAND

Kaum in Irland angekommen, stehe ich völlig überrascht vor einem „BVM-Schrein“. Um es vorweg zu nehmen: Nein, dieses BVM hat natürlich nichts mit Veranstaltungsmanagement zu tun.

Als dualer Student erschien mir das Absolvieren eines Auslandssemesters als unrealistisch. Zum Glück informierte mich Prof. Dr. Ina Blümel als „International Coordinator“ über die vielen internationalen Partnerschaften zu Universitäten und die möglichen Stipendien. So fiel mir die Entscheidung leicht, ein Semester an die Regelstudienzeit anzuhängen, um nur neun Monate später mit den Iren zu studieren.

Mein Ziel war die University of Limerick, etwa 200 Kilometer südwestlich von Dublin. Diese Campus-Uni besuchen bei insgesamt 11000 Studierenden immerhin rund 1400 „Internationals“. Das Kursangebot ist ebenso vielfältig und viele Module werden studiengangübergreifend angeboten. Alle Institute befinden sich auf einem Gelände, ebenso wie hunderte Unterkünfte, Sportanlagen, Restaurants, Bars, Geschäfte und ein Friseur. Das Zentrum der 56000-Einwohner-Stadt Limerick ist in 20 Minuten bequem per Bus oder Fahrrad erreichbar. Da es an der Uni keine klassischen Event Management-Angebote für Erasmusstudierende gab, wählte ich u. a. die Module „Principles of (International) Business“, „Management“ und „Communications“. Im Unterschied zu den Vorlesungen und Seminaren, die ich als BVM'ler gewohnt bin, fand ich mich teils in Gruppen von mehr als 400 Studierenden wieder. Nur durch begleitende Tutorien und Group Assignments wurden auch mal kleinere Gruppen gebildet, um Projekte und Gruppenleistungen umzusetzen.

Neben dem Studium lockten natürlich auch die wunderschöne Landschaft und viele sympathische Menschen. Auf dem Campus und bei Touren durchs Land entstanden einige „echte“ irische Kontakte, die ich nicht missen möchte. Dies beantwortet sogleich die obligatorische Frage, was ich neben den Credits aus dem Erasmuserlebnis mitgenommen habe. Bekanntschaften die (hoffentlich) zu Freundschaften werden, einen Bezug zur irischen Kultur und Mentalität sowie zu meiner eigenen Identität. Denn durch die Zeit im neuen Umfeld lernte ich mich und meine Fähigkeiten um einiges besser einzuschätzen. Außerdem weiß ich nun, dass der BVM-Schrein vom Anfang nur eine der vielen „Blessed Virgin Mary“-Statuen ist. Unser BVM-Kürzel ergibt so einen ganz anderen Sinn...

David Lampe 4. Jahrgang



© Lampe

PROF. DR. ISABELLE THILO

FIT MACHEN FÜR EINE DYNAMISCHE BRANCHE

Seit Januar verstärkt Isabelle Thilo offiziell das Team des Bachelorstudiengangs Veranstaltungsmanagement der Hochschule Hannover. Sie ist allerdings kein echter Neuling, da sie bereits seit dem WS 2011 als Lehrbeauftragte u. a. im Wahlschwerpunkt „Hotel & Tourismus“ für den Studiengang tätig war und Praxisprojekte betreut hat.

Isabelle Thilo ist promovierte Betriebswirtin und blickt auf einen reichen Erfahrungsschatz in der Hochschullehre in den Bereichen Tourismus, Event sowie Marketing zurück. In ihrer Heimatstadt Berlin leitete sie u. a. den Ausbildungsbereich Tourismusmanagement am Institut für Tourismus der Freien Universität Berlin. Zuvor absolvierte sie mehrere Stationen im Marketing und Projektmanagement in unterschiedlichen Branchen in Berlin, Hannover und London.

Ihre Forschungsschwerpunkte liegen auf angewandter empirischer Tourismusmarketingforschung sowie im Bereich der (internen) Markenführung. Mit der Professur für Veranstaltungskonzeption eröffnen sich zukünftig auch neue Aufgaben und Forschungsziele. Diese umfassen in der Lehre die Vermittlung von strategischem und operativem Veranstaltungs- und Tourismusmanagement sowie praxisbezogene Projektarbeiten mit regionalen und überregionalen Wirtschaftspartnern aus der Veranstaltungswirtschaft, Hotellerie und Tourismus. In ihrem aktuellen Forschungsprojekt untersucht sie die Auswirkungen von aktuellen Entwicklungen und Trends auf die Veranstaltungskonzeption.



© Thilo

Zusammen mit ihren KollegInnen im BVM will sich Isabelle Thilo dafür einsetzen, Veranstaltungsmanagement als eigenständige Disziplin in der praxisorientierten Hochschullehre weiter zu etablieren. Das Angebot an der HSh soll aktuell und zukünftig einen echten Mehrwert gegenüber anderen Ausbildungsformen bieten. „Die Studierenden sollen lernen, nicht nach „Rezepten“ zu fragen, sondern eigenständig zu arbeiten und Dinge - auch die eigenen - kritisch zu hinterfragen. Dazu bedarf es analytischer Fähigkeiten, fundierter Methodenkenntnisse sowie auch einer Portion Spaß & Kreativität. Neben dem Fachwissen sind diese Aspekte besonders wichtig, um unsere AbsolventInnen fit zu machen für verantwortungsvolle Tätigkeiten in einer dynamischen Branche“.

KLEINE AGENTUR – GROSSE CHANCE

Für mein Praktikum habe ich mir explizit eine kleine Agentur gesucht, die sich hauptsächlich mit Firmenkunden beschäftigt. Ich möchte gerne später in dieser Richtung arbeiten und habe bereits die Erfahrung gemacht, dass ich in kleinen, familiären Betrieben besser zurechtkomme.

In dem 6er Team meiner Agentur wurde ich sofort herzlich aufgenommen und voll integriert. Bereits in meiner zweiten Woche hatte ich eine tragende Rolle bei einem Event.

Ich habe Konzepte erstellt, mich um grafische Ausarbeitungen gekümmert und war für die Künstlerbetreuung bei Events eingeteilt.

In den weniger stressigen Phasen konnte ich mich in Programme wie Adobe InDesign, Photoshop und Illustrator einarbeiten. Dafür hatte ich immer mal wieder Zeit, weil ab und zu Leerlauf war. An diesen Tagen wurde ich zu Akquise, Recherche und zum Serveraufräumen eingeteilt. Das klingt sehr langweilig, das dachte ich auch, ist es aber nicht. Ich habe dabei viele verschiedene Unternehmen kennengelernt, von denen ich nicht wusste, dass sie existieren und was sie alles machen. Ich habe mir Ideen für Events und Projekte einfallen lassen, Orte für Wochenend-Incentives gegoogelt und beim Aufräumen unseres Servers erst festgestellt, wie vielfältig dieser Job ist und was so eine kleine Agentur alles auf die Beine stellen kann. Von der Neugestaltung der Website bis zur Organisation eines Popart-Festivals war alles dabei.

Ich habe in meinem Praktikum viele Erfahrungen gesammelt, Neues gelernt und Gelerntes anwenden können. Ich rate jedem, seinen Praktikumsbetrieb vorher genau anzusehen und wenn möglich Erfahrungen von Bekannten einzuholen, um sich im Praktikum wirklich wohlfühlen zu können. Und zusätzlich kann ich eine Verlängerung auf 6 Monate nur empfehlen!

Lynn Westenberger (3. Fachsemester)

MIT SPASS MAL KURZ DIE WELT RETTEN...

Sechs Festivals in sieben Wochen. Wenig Schlaf, viel Musik, tolle Menschen. Danach Vor- und Nachbereitung für ein Charity-Fußballspiel, zwei Netzwerktreffen und ein Indoor-Festival. Nebenbei unterstützend bei der Koordination der Konzerte und Tourneen mit einem ehrenamtlichen Netzwerk. So könnte man in etwa meine wunderbare Praktikumszeit zusammenfassen.

„Wenn ihr viel auf Festivals und Konzerten unterwegs seid, kennt ihr sicherlich die jungen Leute, die tanzend mit Mülltonnen unterwegs sind, um Pfandbecher zu sammeln und so ein wenig die Welt zu verbessern, das war für ein Semester meine Welt. Es hieß natürlich auch wenig Geld, viel Arbeit. Dafür aber viel Dankbarkeit, Offenheit und Herzlichkeit, die einem sowohl von den Projektunterstützern als auch vom Team entgegengebracht wird.“

Das Ziel für das alle kämpfen formt eine große Gemeinschaft. Hier gilt es nicht gegen-, sondern miteinander zu arbeiten.

Guckt also bei eurer Wahl des Praktikumsbetriebs nicht nur auf die „typischen“ Firmen, wie Messefirmen oder Veranstaltungsagenturen. Ein Blick über den Tellerrand, auch über Hannover hinaus, lohnt sich allemal. Nutzt die Chance und erweidert euer Netzwerk außerhalb Hannovers und knüpft Kontakte in anderen Städten. Manchmal muss man in diesem Zuge zwar ein paar Hürden nehmen, wie etwa die Wohnungssuche in der anderen Stadt oder jobben neben dem Praktikum – doch ich kann euch sagen: das lohnt sich!

Nadine Großkreuz (3. Fachsemester)



L A N G L A U F

LOHNT SICH

Wer gerne unterwegs ist, keine Flugangst hat und es liebt auf Großveranstaltungen tätig zu sein, der ist bei dem Verlagshaus meines Praktikums in Hamburg genau richtig. In meiner Praktikumszeit habe ich einen sehr tiefen und informativen Eindruck in die Sporteventbranche bekommen. Die Firma ist unter anderem die Verlagsgesellschaft der größten Laufzeitschrift Deutschlands.

Neben dem täglichen Print- und Onlinegeschäft eines Verlags ist das Unternehmen außerdem Veranstalter der größten Frauenlaufserie Deutschlands, mit insgesamt mehr als 30.000 Teilnehmerinnen in sechs verschiedenen Städten. Die Eventabteilung, bestehend aus zwei Festangestellten und meist einem Praktikanten, arbeitet direkt mit dem Brandmanagement zusammen. Daher befindet sich der ‚Winter-Arbeitsplatz‘ in einem Großraumbüro mit insgesamt sechs Kolleginnen und Kollegen. Im Sommer, der Hauptsaison der Sportevents, sieht man das Büro eher selten und ist oft unterwegs.

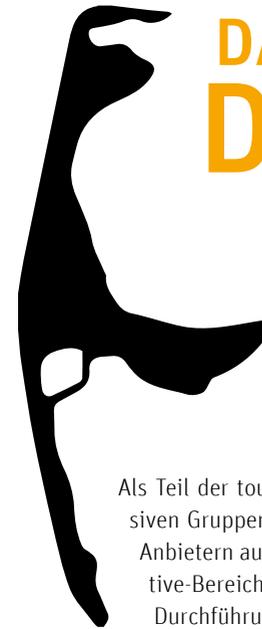
Das Team geht offen auf die Praktikanten zu und ist dankbar für neue Ideen. So konnte ich auch eigene Projekte mit in den bestehenden Prozess einbringen und viel Gelerntes aus dem Studium perfekt bei der täglichen Arbeit anwenden.

Dass ich neben meiner spannenden und sehr lehrreichen Arbeit etliche Prominente hautnah treffen durfte war für mich das Highlight des Praxissemesters.

Lara Ludwigs (3. Fachsemester)



DAS PRODUKT: DIE INSEL



Die Destination Sylt als Marke nach innen und außen zu stärken und zu verkaufen, das ist die Aufgabe der Marketinggesellschaft, bei der ich Praktikantin war. Zum Alltagsgeschäft gehören verschiedene Kooperationen und Kampagnen, sowie die Marketing-Kommunikation über diverse Kanäle und durch Messepräsenz im In- und Ausland.

Als Teil der touristischen Organisation ist das Unternehmen auch im Bereich der exklusiven Gruppen- und Geschäftsreisen als Vermittler zwischen Kunden und touristischen Anbietern auf der Insel tätig. Während meines Praktikums habe ich verstärkt den Incentive-Bereich unterstützt. Meine Aufgaben waren die Konzepterstellung, Organisation, Durchführung und Auswertung von anspruchsvollen Geschäftsreisen.

Da es sich um ein relativ kleines Unternehmen handelt, konnte ich neben der Tätigkeit im Eventbereich auch einen Blick in die anderen Abteilungen werfen.

Vom täglichen Alltagsgeschäft im Infocenter, über das Onlinemarketing bis zur Presseabteilung. Ich konnte in jede Abteilung reinschnuppern und dort unterstützend mitarbeiten.

Da das Unternehmen mit 8 Mitarbeitern sehr klein ist und eine flache Hierarchie hat, werden die Praktikanten von Anfang an voll mit ins Geschehen eingebunden und übernehmen auch von Anfang an Verantwortung. Der Lerneffekt war für mich dadurch sehr groß, obwohl der Sprung ins kalte Wasser zu Beginn durchaus ‚nicht ohne‘ war.

Ich kann das Praktikum jedem empfehlen, der sich gerne neuen Herausforderungen stellt, Verantwortung übernehmen will und kann und Spaß am Umgang mit Kunden hat. Im Gegenzug bietet das Unternehmen einen Praktikumsplatz in einem super netten, dynamischen und kreativen Team in einer der Top-Feriedestinationen Deutschlands.

Lis Puvogel (3. Fachsemester)

EVENTS PROJECT MANAGEMENT

ROUTLEDGE VERLAG

Mehr und mehr werden auch vergleichsweise abstrakte Themen wie etwa Projektmanagement aus der Perspektive des Faches Veranstaltungsmanagement in der Fachliteratur verarbeitet und sehr gut anwendbar aufbereitet. Das gilt für die anglo-amerikanische Literatur rund um das Thema Event (noch) sehr viel stärker als für die deutschsprachigen Angebote.

Diese sind meist noch Einführungen in den Gesamtkontext Event-Management (siehe Rigging Point 2/16) und streifen das Thema Projektmanagement dabei nur kurz. Umso mehr lohnt sich der Blick auf englischsprachige Angebote wie etwa die Einführung Events Project Management, die jetzt im Routledge Verlag erschienen ist. Das Autorenteam Hanya Pielichaty, Georgiana Els, Ian Reed und Vanessa Mawer bietet die für solche Einführungen sehr bewährte Mischung aus Universitätsdozierenden und Branchenspezialist(inn)en. Pielichaty und Els unterrichten an der Universität Lincoln, Reed und Mawer haben ihre Schwerpunkte im Sicherheitsmanagement von Veranstaltungen.

Insgesamt bietet die Einführung zwölf gut strukturierte Kapitel, die von der Einleitung „Project management for events“ bis zum Schluss „Project completion and review“ reicht. Dazwischen werden die wichtigen Themen des Projektmanagements von Veranstaltungen adressiert und gründlich aufgearbeitet. Welche Werkzeuge für das Management von Projekten stehen zur Verfügung? Wie organisiere ich die Beziehungen zu meinen Stakeholdern? Wie analysiere ich Pläne und bewerte Risiken? Was tue ich, um unerwartete Probleme zu lösen und in Krisensituationen die richtigen Entscheidungen zu treffen? Wie gehe ich mit den Themenbereichen Technik und Nachhaltigkeit um?

Diese und viele weitere Fragen klärt das Buch nicht nur sauber strukturiert und immer praxisnah geschrieben, sondern auch mit kleinen Kästen, in denen Tipps für die Praxis angeboten werden und sehr hilfreichen Fallstudien, die sich jeweils am Ende der Kapitel finden. Sie sind verbunden mit Fragestellungen für Studierende, die so den Lernerfolg ihres Lesens bewerten können. Allerdings kann aus dem Selbstversuch berichtet werden, dass auch Professoren von diesen Fragen profitieren. Außerdem wird auf weiterführende Literatur verwiesen und die im Kapitel verarbeitete Literatur bibliographiert. Ein Glossar am Ende des Buches liefert das Verständnis wichtiger Begriffe. Über einen Index wird das Buch nach Stichworten erschlossen.

Allein die zwölf Fallstudien, die das Buch anbietet, lohnen das Lesen. Wer würden nicht gern über eine *walking conference* im Himalaya hören oder einmal nachlesen, was genau eigentlich ein „*Bestival*“ ist. Ganz zu schweigen von den Polarbären in Churchill, Canada, die offenbar Teil von nachhaltigen Veranstaltungen im Tourismusbereich geworden sind. Jenseits des Spektakulären werden aber auch schlicht Projektmanagementwerkzeuge und ihr Einsatz in einem konkreten Projekt beschrieben. Auch das hilft, den Nutzwert des Buches deutlich zu steigern.

Gut gelungen ist auch die Einbindung von kleinen Kästen in das Lehrbuch, in denen Vorschläge für „Study activity“ unterbreitet werden, die quasi aus dem Buch heraus führen und dazu anleiten, das Gelesene auf eine neue Fragestellung zu übertragen, um Transferleistungen zu erbringen. Im Kapitel Veranstaltungsrecht etwa wird gefragt, wer eigentlich verantwortlich ist, wenn eine Festivalteilnehmerin sich entscheidet, sich auf den Händen der anderen Besuchenden über deren Köpfen bis zur Bühne bugsieren zu lassen, dann aber zu Boden stürzt und sich den Arm bricht. Wer es weiß, schreibt bitte dem Rezensenten.

Prof. Dr. Gernot Gehrke



Buchtipps

Events Project Management

Hanya Pielichaty, Georgiana Els, Ian Reed,
Vanessa Mawer
Routledge, Abingdon, GB, 2017

BUDGET, BEAUTY & AIRBNB

WSP HOTEL UND TOURISMUS



© Berojan

Wie arbeiten eigentlich die Budget-Hotellerie und Ho(s)tels wie die Easy Hotels, Motel One, Prizehotel und das Ibis Budge? Wie behaupten sie sich auf dem Markt und wo legen die Betreiber ihre Schwerpunkte? Im Wahlschwerpunkt *Hotel und Tourismus* unter der Leitung von Prof. Dr. Isabelle Thilo war dies der erste von drei Themenblöcken, den wir anhand von Fallbeispielen analysiert haben.

Im zweiten Schritt haben wir die Sharing-Economy als direkte Konkurrenz und als ein Problem der Hotelbranche untersucht und „neue“ Möglichkeiten wie Airbnb, Couchsurfing, 9flats und Wimdu analysiert. Vor diesem Seminar hatten sich einige noch keine Gedanken gemacht, ob bei Städte-Trips die Hotellerie oder eine Privatperson an meinem Besuch verdient. Lediglich der Preis und die Lage waren wichtige Faktoren für die Wahl des Schlafplatzes. Die Auswirkungen von Sharing-Plattformen auf den Tourismus und die Hotellerie wurden uns hier erst bewusst.

Im dritten Themenfeld haben wir uns das Verhältnis zwischen Tourismus und Erlebnismarketing angeschaut. In diesem Zusammenhang fuhren wir zum Themen- und Boutique-Hotel Moxy in Berlin, das eine Untermarke der Marriott-Hotelgruppe ist. In den mittlerweile insgesamt 14 Moxy-Hotels wird die Zielgruppe der Generation Y angesprochen. Durch die zentrale Lage, günstige Preise, ungewöhnliche Food-Konzepte, die Einbindung von Social Media und ansprechende Details, will man den Anforderungen der jungen Zielgruppe gerecht werden. Durch Kooperationen mit Food-, Fashion- und Beautylabels werden junge und hippe Marken im Gesamtkonzept des Hotels integriert. In der Lobby gibt es beispielsweise eine Instagram-Wall und in den Badezimmern eine große Auswahl an Nagellack. Wir stellten auch fest, dass die neuen Themenhotels mit Erlebnisfaktor ein spannendes Feld für Veranstaltungen jeglicher Art bieten.

Alina Brünjes, Ricarda Estkowski (7. Fachsemester)

ZUR ZUKUNFT DER VA-WIRTSCHAFT

WSP MESSEN, AUSSTELLUNGEN UND KONGRESSE

Wir, die Studierenden des Wahlschwerpunkts Messen, Ausstellungen und Kongresse und zukünftige Fachkräfte der Branche, sehen es als unsere Aufgabe, die Professionalisierung in der Veranstaltungswirtschaft voranzutreiben. Eine Exkursion führte uns zum *AUMA* (Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V.) nach Berlin. Hendrik Hochheim (Foto, 4.v.r.) berichtete über aktuelle Entwicklungen im Messebereich.



© C. Goslar

Weitere Aspekte wurden uns beim Besuch der *EUHA* (Messe und Kongress der Hörgeräteakustiker) bewusst. Unter unseren Ansprechpartnern fand sich kein einziger Veranstaltungsmanager. Die Branche ist gespickt mit Quereinsteigern, die sich u. a. überrascht darüber zeigten, dass es Lösungen für digitales Einlassmanagement gibt.

Im Kontrast dazu hat der Besuch der Messe *Energy decentral* gezeigt, dass die Professionalisierung bereits zur Neuentwicklung von Konzepten führt. Reibungslosere Abläufe und die gewollte Durchlässigkeit zu der Messe *Eurotier* mit ähnlichen Zielgruppen, wirkten deutlich professioneller. Dadurch ist es gelungen, zwei verschiedene Konzepte zu kombinieren, Horizonte der Besucher zu erweitern und diese für branchenübergreifende Produkte zu begeistern. In einem dritten Themenblock haben wir uns mit der Zukunft der Veranstaltungswirtschaft beschäftigt. Ausgehend von Fragen von Beschäftigten der Eventbranche an den *degefest e.V.* haben wir Studien analysiert und zusammengefasst. Damit wurde aufgezeigt, welchen Herausforderungen sich Venues und Veranstaltungsmanager zu stellen haben.

Zusammenfassend wird die Technologisierung der Branche weiter voranschreiten und innovative Formate in den Vordergrund rücken, die zukünftige Veranstaltungsmanager beherrschen und richtig einsetzen müssen.

Maik Goslar, Richard Koch (7. Fachsemester, BVM dual)

ALLES FÜR DIE KATZ ...?

PRAXISPROJEKT MIT DEM DEUTSCH-TÜRKISCHEN NETZWERK

Mitten im Projekt tritt der frühere Vorstandsvorsitzende des Deutsch-Türkischen Netzwerks (DTN) zurück. Was passiert dann? – Die Gala, die für März 2017 geplant war, wird bedauerlicherweise abgesagt und damit auch unser fertig vorbereitetes Praxisprojekt.



Doch von Anfang an: Der DTN ist ein gemeinnütziger Verein, der durch unterschiedliche Veranstaltungsformate und Aufklärungsarbeit die Toleranz zwischen gesellschaftlichen Gruppen fördert. Neben weiteren Zielen, die ausdrücklich weder politischer noch ideologischer Natur sind, setzt sich der Verein insbesondere für Chancengleichheit in der Bildung ein.

Unter der Leitung von Randell Greenlee haben wir in unserem ersten Praxisprojekt die Planung des diesjährigen DTN-Gesellschaftspreises unterstützt. Mit dieser Auszeichnung werden jedes Jahr besondere Verdienste geehrt, die das Zusammenleben von Mitbürgern mit oder ohne Migrationshintergrund fördern. Verliehen werden vier Preise in den Kategorien Wirtschaft, Soziales, Kultur und Musik.

Das erste Briefing war zugleich der Location-Check im Kulturzentrum Pavillon in der Oststadt. Nach der Aufgabenverteilung startete die Planung: Es wurden Kontaktdaten recherchiert, die mögliche Nutzung der Räumlichkeiten durchdacht, eine einheitliche Präsentation des Gesellschaftspreises entworfen und ein erster Ablaufplan und die mögliche musikalische Untermalung erarbeitet. Zudem sind Flyer und Save-the-Date-Karten entwickelt worden. Als alles so gut wie fertig war, kam die Absage.

Vergebens war das Ganze jedoch sicherlich nicht, denn wir hatten ein schönes stimmiges Konzept für unsere Teilbereiche erarbeitet. Wir haben viele Prozesse durchdacht und erlebt, die wir sehr ähnlich ab dem kommenden Sommersemester im neuen Projekt wieder anwenden können. Dann werden wir die Deutschen Quizmeisterschaften 2017 tatkräftig unterstützen.

Pepa Kern (1. Fachsemester)

SAVE THE DATE

24.04. – 28.04.17	Hannover Messe	Messegelände Hannover
16.05. – 18.05.17	IMEX	Messe Frankfurt am Main
20.05.17	Internationaler Feuerwerks-wettbewerb Team Spanien	Großer Garten Hannover
26.05.17	NDR 2 Plaza Festival	Expo Plaza Hannover
27.05.17	N-Joy Starshow	Expo Plaza Hannover
10.06.17	BVM Absolvent(inn)enfeier	Planet M Hannover
10.06.17	Internationaler Feuerwerks-wettbewerb Team Österreich	Großer Garten Hannover
10.6. - 18.06.17	Ideen Expo 17	Messegelände Hannover
21.06.17	Fête de la Musique	Innenstadt Hannover
30.06. – 09.07.17	Schützenfest	Schützenplatz Hannover
12.07. – 30.07.17	Kleines Fest im Großen Garten	Großer Garten Hannover
02.08. – 20.08.17	Maschseefest	Maschsee Hannover
19.08.17	Internationaler Feuerwerks-wettbewerb Team England	Großer Garten Hannover
25.08. – 27.08.17	Maker Faire	HCC Hannover

**HOCHSCHULE
HANNOVER**
UNIVERSITY OF
APPLIED SCIENCES
AND ARTS

–
*Fakultät III
Medien, Information
und Design*



Impressum:

Hochschule Hannover
Fakultät III - Medien, Information und Design
Abteilung Information und Kommunikation
Studiengang Veranstaltungsmanagement (BVM)
Expo Plaza 12
30539 Hannover

Telefon +49 511 9296-2675
Fax +49 511 9296-2603
www.hs-hannover.de/f3

Ansprechpartnerin des Studiengangs

Kerstin Bolm
Tel.: 0511 - 9296 2675
E-Mail: kerstin.bolm@hs-hannover.de

Grafik und Gestaltung

Katja Kläfer, Mirjam Sina Franke, David Lampe

Redaktion

Alina Brünjes, Ricarda Estkowski, Mirjam Sina Franke, Gernot Gehrke, Isabelle Thilo, Maik Goslar, Nadine Großkreuz, Pepa Kern, Richard Koch, David Lampe, Lara Ludwigs, Lis Puvogel, Lynn Westenberger

V. i. S. d. P.

Daniela Spott de Barrera
E-Mail: daniela.barrera@hs-hannover.de