

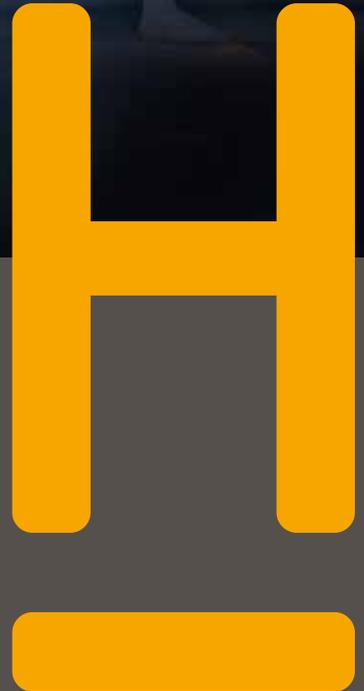
HOCHSCHULE
HANNOVER
UNIVERSITY OF
APPLIED SCIENCES
AND ARTS

–
*Fakultät III
Medien, Information
und Design*

© Louise Dinger & Alexandr Ivanov

Rigging Point

Nº 13 – September 2021 Studiengang
Veranstaltungsmanagement



INHALT

Studium | Wie digital bleibt unsere Lehre in der Zukunft?
Was wir aus den Online-Semestern mitnehmen können 4

Studienstart | Gut begleitet
oder „Wie melde ich mich hier eigentlich zur Prüfung an?“ 7

Praxisprojekte | Inspiration und Innovation
Die Praxisprojekte aus Sicht der Projektgeber und Lehrbeauftragten 9

Branche | Kultur Still-Stand? 12

Branchen-Interview | Ein neues Selbstverständnis 15

Dozenten-Portrait | Thorsten Heermann – der Rechtsexperte 17

Literatur-Tipp | Veranstaltungen 4.0
Chancen und Risiken von Virtual Reality 19

Freizeit-Tipp | So nutzt du dein Semesterticket richtig! 21

Impressum 24

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.

DER WEG IN DIE NEUE WIRKLICHKEIT

„Der Caterer hat sein Angebot geschickt!“ Eine von fünf Nachrichten zum Stand des Praxisprojekts an diesem Tag. „Erinnerung: Zoom-Meeting in 15 Minuten!“ Das Marketing-Seminar beginnt gleich. „Wer hat noch Themen für die Mitgliederversammlung?“ Schon 37 WhatsApp-Nachrichten dazu aus der FVM-Gruppe. Die Digitalisierung unserer Kommunikation und Lebenswirklichkeit kann anstrengend sein, aber sie kann auch vieles ermöglichen und hat in der Veranstaltungswirtschaft gerade so manches Projekt gerettet.

Wie gehen wir damit künftig im Studium, in der Branche, im Alltag klug und ausbalanciert um? Wo hilft uns das in der Pandemie Gelernte, was macht sogar richtig Spaß, was hat die Realität der Veranstaltungswirtschaft unumkehrbar verändert und was möchten wir gemeinsam so bald wie möglich hinter uns lassen? Die Redaktion hat sich mit all diesen Fragen befasst, Expert*innen, Lehrende und Studierende befragt, Erlebnisse, Literatur und Meinungen gesammelt.

Was sie beschreiben, gibt es hier zu lesen und noch mehr digital auf der Webseite des Studiengangs und im FVM-Blog. Aber jetzt nicht gleich auf's Smartphone wechseln, sondern erstmal...



...viel Spaß beim analogen Lesen!

Daniela Spott de Barrera
Vertretungsprofessorin





WIE DIGITAL BLEIBT UNSERE LEHRE IN DER ZUKUNFT?

4

Was wir aus den Online-Semestern mitnehmen können

Ein Kommentar von Pia Brüggenthies

Was haben wir gelernt aus den vergangenen digitalen Semestern? Unter den Studierenden drehte sich alles um Isolation, schwierige Lernbedingungen und fehlende Motivation. Die Dozierenden kämpften mit der Umsetzung der Lehrmethoden und der mangelnden Interaktion. Doch sollten wir uns nicht vielmehr auf die Chancen dieser Entwicklung konzentrieren?

Abseits der Probleme hat uns diese Pandemie vor allem eins gezeigt: Dass besonders die Branche der Veranstaltungswirtschaft in der Krise nicht in Schockstarre verfällt, sondern ganz im Gegenteil kreativ wird und die innovativsten Lösungen liefert. Dies zeigte sich auch in unserem Studiengang Veranstaltungsmanagement: Während manche Unis, Fakul-

täten und Studiengänge Monate brauchten, um die Lehre online stattfinden zu lassen, so wurde in BVM die Lehre bereits zwei Wochen nach dem Lockdown nahezu vollständig online umgesetzt. Es ist eine Frage der Haltung. Frei nach Steve Jobs entsteht Innovation da, wo Veränderung als eine Chance gesehen wird, nicht als eine Gefahr. Schauen wir also lieber auch in dieser Veränderung auf die Chancen – denn die gibt es! Neben der größeren Flexibilität und einem Wegfall der Anreise sehen Studierende vor allem das Kennenlernen neuer digitaler Methoden als Vorteil der Online-Semester. Auch in unserem Studiengang wurden im Laufe der Semester die verschiedensten Tools getestet, wobei einige durchaus Potenzial haben, auch in Zukunft weiter genutzt zu werden.

Videokonferenzen an den richtigen Stellen

Das eine große Thema, das vor allem die ersten Wochen der Online-Lehre beherrscht hat, war die Auswahl der verschiedenen Videokonferenz-Tools. War uns vor der Pandemie höchstens Skype durch Videotelefonate mit weit entfernten Freunden bekannt, so hielten wir auf einmal Seminare über Big Blue Button oder Zoom ab, trafen uns für Gruppenarbeiten bei Teams oder sahen eine Vorlesung als Stream auf Twitch. Auch wenn Vorlesungen in Zukunft wohl nicht mehr generell per Videokonferenz stattfinden werden, wissen wir nun dennoch, dass die Lehre durchaus so funktionieren kann. Dies birgt ein großes Potenzial, die Ausfallzahlen von Lehrveranstaltungen zu minimieren. Zugleich haben wir Studierende Videokonferenzen als Tool für unsere Zusammenarbeit entdeckt.

Teamarbeit auf digitalem Weg verbessern

Man war gezwungen, Gruppentreffen online durchzuführen, und es funktionierte besser als erwartet. Haben alle Studierenden den gleichen Zugang zu qualitativ hoch-

5

wertigen Videokonferenz-Tools, sind sie in der Lage, ihren Arbeitsalltag effizienter zu planen. Persönliche Treffen sind nach wie vor die sinnvollste Methode für gemeinsames Arbeiten. Doch Organisatorisches oder kurze Updates können ebenso gut online besprochen werden. Mit Planungs- und Projektmanagement-Tools wie etwa Microsoft Teams haben wir in den letzten Semestern die generelle digitale Zusammenarbeit kennen gelernt. Dies ist auf mehreren Ebenen interessant. Zum einen sind diese Tools auch in Unternehmen weit verbreitet, sodass es durchaus hilfreich ist, sich dort bereits auszukennen. Unabhängig von der einzelnen Software steigert der regelmäßige Umgang mit vielen Anwendungen die allgemeine Digitalkompetenz für den Beruf.

Kreativität auf digitalen Plattformen – geht das?

Neben den Videokonferenz- und Projektmanagementtools wurden während der Zeit der Online-Lehre jedoch auch neue Wege für die Kreativität gesucht. Mit Online-Whiteboards wie Mural oder Miro lassen sich die verschiedensten Kreativitätstechniken umsetzen. Dank der Einbindung von Bildern, Videos etc. können hier sogar Medien genutzt werden, die so analog im Seminarraum an einem echten Whiteboard nicht miteinander verbunden werden können. Zusätzlich spart man sich die Dokumentation, kann zeitgleich arbeiten und verbraucht weniger Material. Auch diese Möglichkeiten bergen Potenzial, weiter in die Lehre integriert zu werden. Laptop an und Kopfhörer rein, statt zeitaufwändiges Stuhlrücken für Gruppenarbeiten könnte dies z.B. bedeuten. Auch Tools wie Mentimeter, über das z.B. Umfragen in Echtzeit realisiert werden können, lassen sich gut in die klassische Lehre einbinden. So entstehen mehr Interaktion und Effektivität in der Präsenzlehre. Statt Handys, Tablets und Laptops also als Störung von Vorlesungen zu betrachten, sollten diese mit ihren umfangreichen Funktionen vielmehr aktiv eingebaut werden. So können wir aus den drastischen Veränderungen der letzten zwei Jahre die Chancen erkennen und auf die zukünftige Lehre übertragen – das ist Innovation!



© Pia Brüggenthies

GUT BEGLEITET

oder „Wie melde ich mich hier eigentlich zur Prüfung an?“

Von Lina Wellmann

Die Idee zum **Mentoring-Programm**¹ hatte unsere Studiengangs-Koordinatorin Isabelle Thilo bereits im Sommersemester 2020. Dass sich die neuen Studierenden aufgrund der pandemiebedingten Online-Lehre kaum kennenlernen würden, stimmte sie sehr nachdenklich. Keine zufälligen Treffen auf dem Flur oder in der Mensa, keine richtige Ersti-Woche mit vielen persönlichen Begegnungen. Welchen Raum könnte sie schaffen, in dem sich Studierende austauschen und voneinander lernen könnten? Machbar wurde dies jedoch erst im Spätsommer. Zu diesem Zeitpunkt war sie im Urlaub und blickte auf den Atlantischen Ozean. Eines Morgens kam eine erfreuliche Mail von der Fakultät: Es gab ein Restbudget aus dem Corona-Fonds der Hochschule, also finanzielle Mittel für die Verbesserung der Lehre. Isabelle Thilo tauschte sich kurz mit den BVM-Kolleg*innen aus und tippte noch am selben Tag das Konzept und den Antrag auf die Personal-Mittel dafür – das Los, dass Studierende nie Feierabend haben, teilen wohl auch auf Professor*innen im Urlaub.

¹Mentoring beschreibt im Allgemeinen den Prozess, wenn eine erfahrene Person (Mentor*in) ihren Schüler*innen (Mentees) auf dem beruflichen oder auch privaten Weg begleitet.



© Alexis Brown, Unsplash

Ein paar Wochen später erfuhr auch Studienanfängerin Tabea Elbs bei der BVM-Einführungsveranstaltung vom Mentoring-Programm und saß kurze Zeit später in einem Zoom-Meeting mit neun anderen Mentees aus dem ersten und dritten Semester. Alle waren sehr gespannt auf ihre Mentorin. Sie war eine von fünf studentischen Hilfskräften aus dem siebten Semester, die durch den Job gleichzeitig ein Stück finanzielle Sicherheit in ihrem Abschlusssemester bekamen. Und die wussten noch genau, worauf es ankommt beim Studienstart. Die Mentor*innen hatten Inhalte über sechs verschiedene Themen vorbereitet, darunter zum Beispiel das „Studentische Leben in Hannover“ oder die „Prüfungsphase“. So besprachen Mentoren und Mentees Fragen wie „Wie melde ich mich hier eigentlich zur Prüfung an?“, „Wie finde ich zur Zentral-Bibliothek?“ oder „Wer sind die Ansprechpartner in der IT?“. Die Treffen dauerten meistens etwa eine Stunde. Am Ende bleibt aber immer noch Zeit für einen lockeren Austausch aller Studierenden über Persönliches und zum Kennenlernen.



Mentoren treffen sich mit ihren Mentees im Café.

Wichtig war für die Organisator*innen: es sollte keine Pflichtveranstaltung werden und sich von den normalen Hochschul-Seminaren abgrenzen. Tabea Elbs empfand es als „super cool, weil man sich ja sonst nirgendwo treffen konnte“. Sie kann sich vorstellen, später auch mal Mentorin zu werden, um ihr Wissen aus dem Studiengang, der Hochschule und über den Studienort Hannover weitergeben zu können. Wie gut das Mentoring-Programm funktioniert hatte, zeigte sich in einer anschließenden Umfrage an den sehr guten Bewertungen. Auch für das kommende Wintersemester 2021/22 ist das Programm für die Erstis erneut geplant; inzwischen wurden auch finanziellen Mittel bewilligt. Wir sind gespannt, welche Inspirationen Frau Thilo dieses Jahr im Sommerurlaub dafür sammeln wird.

INSPIRATION UND INNOVATION

Die Praxisprojekte aus Sicht der Projektgeber und Lehrbeauftragten

An echten Event-Projekten mit Partnern aus Unternehmen, Industrie, Kultur, Sozialwirtschaft und vielen anderen Bereichen beteiligt zu sein, ist ein entscheidender Baustein des BVM-Studiums. Bisher haben wir über diese Seminare stets aus Sicht der Studierenden berichtet, doch wie sehen dies die anderen Beteiligten? Wie erleben die Praxispartner*innen die Projektarbeit und wodurch sehen sie den Sinn in der Zusammenarbeit mit Studierenden? Was bedeutet es für die Dozierenden, diese Schnittstelle zu sein? Wir haben zwei Projektpartnerinnen und zwei Dozierende dazu befragt.



Annabel Stegmann ist im **Netzwerk für die Versorgung schwerkranker Kinder und Jugendlicher e.V.** zuständig für die Kommunikation. Der Verein füllt Versorgungslücken bei den betroffenen Familien. Dazu gehören Geschwisterkinder-Freizeiten, Trauerbegleitung oder häusliche Versorgung. Der Verein ist dafür auf verlässliche Spenden angewiesen. Das Ziel im Praxisprojekt war es, die Bekanntheit des Vereins in ganz Niedersachsen zu steigern und die Bindung der Spender durch Veranstaltungen zu sichern.



Die elf Studierenden im Praxisprojekt des 1. und 2. Semesters haben daraus die Kampagne **„Wege bereiten, Familien begleiten“** entwickelt, die aus zwei Komponenten besteht: einem Baukastenkonzept für Fundraising-Events mit Unternehmen und einem neuen Instagram-Kanal samt Planungs-Leitfaden. Annabel Stegmann findet, „die Projektgruppe war ein unglaublicher Glücksgriff, die mit ihrer Professionalität, Kreativität und ihrem Engagement überzeugt hat. Mir ist klar geworden, wie wertvoll es ist, frische Köpfe zu haben, die Fragen stellen, auf Schwachstellen aufmerksam machen und neue, gute Ideen einbringen.“

In diesem Projekt war die Zusammenarbeit besonders engmaschig und manchmal auch zeitaufwändig, weil das konkrete, umsetzbare Ziel anfangs präziser definiert werden musste. So sah sich das Marketing-Team des Vereins „gezwungen, die eigene Strategie und Ausrichtung immer wieder zu reflektieren und immer wieder zu überlegen, versteht das denn jemand, der von außen guckt oder verstehen nur wir das, weil wir den ganzen Tag nichts anderes machen?!“ Natürlich bedeutete dies zeitweise auch einen erhöhten Arbeitsaufwand für die Online-Treffen, aber „das Ergebnis spart uns so viel Zeit im Anschluss und ist so viel wert für unsere künftige Arbeit“ stellt Annabel Stegmann rückblickend fest.

Carolin Pauly ist Senior Event Manager bei der **Vincentz-Network GmbH & Co.KG** und unter anderem zuständig für die **Altenpflege-Messe**, die



in diesem Jahr einen Umbruch erlebte. Der Auftrag lautete, ein Marketingkonzept zu erstellen, um den Umzug der Messe nach Essen bekanntzumachen und das Thema Altenpflege als relevant und positiv besetzt darzustellen. Die Projektgruppe aus dem 4. Fachsemester lieferte dieses Konzept in nur einem Semester. Für Carolin Pauly war der Aufwand im Rückblick sehr überschaubar, für Treffen und Kommunikation lag ihr zeitliches Investment bei etwa vier halben Tagen. Ihre Motivation für diese und vorherige Projekte mit dem Studiengang beschreibt sie so: „Die Kooperation mit der HsH bietet uns die Chance, Projekte mit einer anderen Tiefe zu betrachten und neuen Input von außen zu bekommen. Im beruflichen Alltag ist dazu häufig gar nicht die Zeit und man gerät schnell in bekannte Fahrwasser“. Gleichzeitig, so betont sie, muss dem Branchenpartner klar sein, dass die Projektgruppen keine normalen Dienstleister oder Agenturen sind. „Das Ergebnis des Projektes kann ein ganz anderes sein, als man selbst vielleicht in ersten Überlegungen hatte. Ich finde, diese Offenheit muss man mitbringen, wenn man sich zur Kooperation entschließt.“ Anderen Unternehmen empfiehlt sie die Praxisprojekte jedoch gerade deshalb, weil man eben neue Ideen bekomme, eng an aktuellen Trends in der Veranstaltungsbranche sei. „Außerdem finde ich, dass wir alle zusammen die Verantwortung für den fachlichen Nachwuchs haben.“

David Lampe, unter anderem Geschäftsführer des Verbands der Niedersächsischen Konzertkulturschaffenden **KlubNetz e.V.**, ist Absolvent des Studiengangs BVM und lehrt seit 2018 unter anderem in den Praxisprojekten. Für ihn ist der besondere Wert dieser Seminare die Zusammenarbeit mit den Studierenden: „Da sitzen 10 junge, noch nicht so verbrauchte, noch nicht so in den Tunnelblick verfallene Studierende. Das ist ein absoluter



Benefit!“ Auch durch die meist agile Arbeitsweise innerhalb der Projekte, den Freiraum zur Entfaltung und die hohe Motivation zum Studienbeginn sind die Studierenden seiner Meinung nach besonders kreativ. Kreativität war im jüngsten Projekt sehr gefragt. Für den **Freundeskreis Hannover e.V.** galt es, das Format Stadtteilrundgang als eine Art „Kiez Tour“ für eine jüngere, studentische Zielgruppe zu optimieren und durch die Phasen der Planung, Durchführung und Nachbereitung zu begleiten. Daraus entstand eine Krimi-Tour, die alle Teilnehmenden begeisterte, obwohl sie durch ein heftiges Gewitter abgebrochen werden musste – ihr hohes Bewusstsein für Risikomanagement und ihre Spontaneität konnten die Studierenden in diesem Moment beweisen. Und dies ist auch für David Lampe der Kern gelingender Praxisprojekte: die Identifikation aller mit dem Projektziel. In diesem Punkt hat er bis jetzt nur gute Erfahrungen machen können, so denkt er sich jedes Jahr erneut: „Das war schon wieder so ein guter Jahrgang, jetzt muss es doch mal in die Hose gehen... Und dann topt der nächste das schon wieder!“



Maik-Fabian Goslar ist im **Staatstheater Hannover** in der Abteilung Sponsoring, Fundraising und Vertriebsmarketing tätig und hat ebenfalls seinen Bachelor in BVM an der Hochschule gemacht. Seit 2019 ist er Lehrbeauftragter in den Praxisprojekten. Da er die Erinnerung ans eigene Studium noch sehr präsent hat, ist die Zusammenarbeit mit den Studierenden für ihn vor allem deshalb bereichernd, „weil es mich aus dem Arbeitsalltag rausholt. Weil ich am Ball bleibe, was aktuelle Themen angeht und weil ich als Lehrbeauftragter Kompetenzen gewinne, wie so ein Lehr-Format zu strukturieren ist.“ Auch wenn dies oft intensive Vorbereitungszeit erfordert, die man im Berufsalltag unterbringen muss. Der Auftrag seiner Projektgruppe im 1. und 2. Semester diesmal: ein **Schlagzeugfestival** zu organisieren. Aus Sicht des Dozenten eine besonders spannende Aufgabe „weil wir es nicht mit einem Projektplaner zu tun hatten, sondern mit einem Künstler, dessen Ideen oft andere Formen annahmen und vielfach in einem machbaren Rahmen neu formuliert werden mussten.“ Besonders stolz ist er auf die Leistung seiner Gruppe, von der der Projektpartner sehr konkret profitiert hat durch Location-Scouting, Drittmittel-Recherche, Teilnehmenden-Management und einen Redaktionsplan in der Kommunikationsarbeit. Eine Win-Win-Situation findet er, da die Studienanfänger in diesen Projekten vieles schon praktisch tun, was später in den Seminaren theoretisch vertieft wird – eine bessere Motivation für's Studium kann es kaum geben. *db*

STAATSTHEATER
HANNOVER





© Rudi Keuntje, Christoph Speidel

KULTUR Still-Stand?

Von Anna-Lena Zieseniß und Louise Dunger

Theater, Ballett, Konzerte, Museen – Veranstaltungen, die den Wahlschwerpunkt Kunst und Kultur im Studiengang BVM für viele Studierende so attraktiv machen und in denen viele von ihnen auch Jobs haben. Wie sind die Betroffenen damit umgegangen, wer ist weggegangen, welche Bereiche haben laut auf sich aufmerksam gemacht, wer ist still geblieben und vor allem: (wie) kommt dies alles wieder in Bewegung? Fragen die sich Anna-Lena Zieseniß und Louise Dunger gestellt haben.

12

Kulturgesichter – ohne uns ist's still

Geräumte Ränge, vereinsamte Hallen und Probenräume. Die Gläser leer, die Bühnen unbespielt, aus den Boxen kommt kein Ton. Stille. „Ohne uns ist's still“ - treffender könnte der Titel der deutschlandweiten Kampagne nicht sein, die auf die Lage der Veranstaltungswirtschaft aufmerksam machen will. Seit dem 13. März 2020 steht ein ganzer Wirtschaftszweig still. Doch warum? Ob Club, Theater, Stadion, Museum oder Konzerthalle – alle fingen nach wenigen Wochen der Pandemie damit an, ausgereifte Hygienekonzepte zu entwickeln. Geld, Schweiß, Arbeit und Zeit wurden dafür investiert, dass alle Auflagen erfüllt werden und man in angepasster und reduzierter Form Kunst und Kultur sicher weiterführen kann. Das Ergebnis – ernüchternd. **„Nicht systemrelevant.“** Um dies ins Blickfeld der Bevölkerung und der Politik zu rücken, rief der Verband der Münchner Kulturveranstalter e.V. das Projekt „Kulturgesichter – ohne uns ist's still.“ ins Leben. Dabei wurden so viele unterschiedliche Mitarbeitende der Veranstaltungsbranche wie möglich porträtiert und mit ihrem Namen, ihrer Tätigkeit und der Anzahl ihrer Berufsjahre dargestellt. Allein auf der Website kulturgesichter.org sind 29 Partnerstädte mit ihren Instagram und Facebook Kanälen gelistet und verlinkt. Auch der Freundeskreis Hannover wies auf die Aktion hin. Die Fotografen Rudi Keuntje und Christoph Speidel boten Fototermine für die Aktion an für die Bilder auf der Seite **Kulturgesichter0511**. Einer der Portraitierten ist Milan Mittelstädt, der ebenfalls Veranstaltungsmanagement an der HsH studiert. Vor seinem Studium hat er eine Ausbildung zum Verkaufskaufmann bei einem Gastrono-

miedienstleister gemacht. „Wir wollten im letzten Sommer Aufmerksamkeit darauf ziehen, wie viele Menschen aus enorm verschiedenen Gewerken dieses Berufsverbot betrifft. Direkterfolge sind natürlich schwer nachzuweisen, allerdings glaube ich, dass wir mit dieser und anderen Aktionen wie #AlarmstufeRot den Blick der Politik auf uns lenken. Es war ermutigend, wenn mich Bekannte auf Plakaten gesehen und auf die Aktion gesprochen haben.“ Auch wenn die finanziellen Hilfen für die Branche oft zu spät kamen oder viel zu gering ausfielen, in den Köpfen vieler Menschen ist das Bewusstsein gewachsen, das Alexander Hässler von Kulturgesichter0761 aus Freiburg so formuliert **„Der Mensch ist Kultur, und damit ist Kultur auch immer systemrelevant.“**

13

Pas de Deux auf Distanz

Als im Frühjahr 2020 die Nachricht kam, dass die Theater geschlossen werden, war das wie ein Schlag ins Gesicht. Im Staatsballett waren wir als Managementteam gerade in den letzten Planungen für ein Tanzfestival über die Ostertage. Ich erinnere mich noch gut, wie ich die über den ganzen Tisch verteilten Dispositionen, Programmwürfe und Besetzungszettel zusammenschob und in den Müllimer warf. Dann blieb mir nichts anderes übrig, als auf erstmal unbestimmte Zeit die Staatsoper zu verlassen. Auch die Ballettcompany mussten wir nach Hause schicken. Die Tänzer*innen verloren ihre Tagesroutine, ihre sozialen Kontakte und irgendwie auch ihr zweites Zuhause. Dagegen hatten die Managementabteilungen im Homeoffice plötzlich nahezu noch mehr zu tun. Es galt Vorstellungen abzusagen, umzudisponieren,



© Louise Dunger



© Eric Blochet

Hygienekonzepte sowie alternative Trainingsformate auszuarbeiten und Möglichkeiten zu finden, eine Art Proben- & Spielbetrieb aufrechtzuerhalten. Und die Tänzer*innen? Die saßen Zuhause. In der ersten Woche kam es einigen möglicherweise noch wie ein spontaner Urlaub vor. Spätestens in der Zweiten sah das schon anders aus. Die fehlende Tagesroutine machte allen schwer zu schaffen. Tänzer*innen sind auch Hochleistungssportler*innen. Sie sind es gewohnt, ihre Körper täglich an die Grenzen des Möglichen zu bringen und in dem kurzen Zeitraum, in dem sie diesen Beruf ausüben können, möglichst viel zu arbeiten. Das tägliche Training zuhause auf wenig Raum zu absolvieren, blieb vorerst die einzige Lösung. Die Company-Leitungen stellten ihnen ein Stück Tanzteppich zur Verfügung, implementierten Online Trainings, gaben kreative Aufgaben, um Körper und Geist in Form zu halten. Dennoch hatten viele Betroffene mit emotionalen Krisen zu tun. Irgendwann kann der Körper nicht mehr das Gewohnte umsetzen. Dieses Phänomen ließ sich auch auf der Bühne erkennen, als im Herbst für kurze Zeit vereinzelt Vorstellungen im Theater möglich waren. Das Ensemble sprühte über vor Energie und Leidenschaft – so groß war die Freude nach Monaten ohne Vorstellungen. Langer Anlauf, kraftvolles Abspringen – dennoch war kein Grand-Jeté so hoch, wie es mal war. Tänzerinnen auf Spitze, die sonst 15 perfekte Pirouetten am Stück drehen, schafften plötzlich nur noch acht.

Im Sommer 2021, nach über einem Jahr im Ausnahmezustand, hat sich die Tanzwelt mit der Situation arrangiert und versucht, sowohl für das Ensemble als auch das Publikum, das Bestmögliche rauszuholen. Training im Theater ist seit einiger Zeit in Gruppen möglich, der Alltag der Tänzer*innen gewinnt wieder an Strukturen und mit entsprechendem Hygienekonzept darf fast normal geprobt werden. Und auch die Zeit der Live-Streams hat endlich ein Ende: Tanz lebt vom Erleben, vom nah Dransein und dem flüchtigen Moment. Und für all die vielen Menschen auf und hinter der Bühne gibt es nichts Schöneres als wenn es heißt: „Achtung – dies ist das dritte Zeichen, der Einlass ist beendet, in fünf Minuten beginnt die Vorstellung!“

EIN NEUES SELBSTVERSTÄNDNIS

EVVC-Geschäftsführerin Ilona Jarabek im Interview mit Juni Haase

Gefühlt jede Woche eine neue Fassung der Corona-Verordnung, Hygiene-Konzepte erstellen, Fördermittel-Anträge stellen und gleichzeitig die Kontakte zu Partnern und Kunden erhalten. Für die Betreiber der Veranstaltungs-Locations war und ist es eine Achterbahnfahrt. Die Vorsitzende des Europäischen Verbands der Veranstaltungszentren (EVVC) Ilona Jarabek kennt als Leiterin der Musik- und Kongresshalle in Lübeck die Probleme aus eigener Erfahrung gut, sieht aber auch, dass die Branche ein neues Selbstverständnis und Selbstbewusstsein gewonnen hat.



Ilona Jarabek, MUK Lübeck

In der Pandemie haben auch viele konstruktive Entwicklungen stattgefunden, beispielsweise die Bildung von Kooperationen und Allianzen, wie in Ihrem Verband mit dem „Forum Veranstaltungswirtschaft“. Wie groß schätzen Sie die Wirkung auf die Bedeutung der Veranstaltungswirtschaft auf der politischen Ebene ein?

Ich bin davon überzeugt, dass wir eine ganze Menge erreicht haben. Der Begriff „Veranstaltungswirtschaft“ hat sich in den letzten Monaten erst so richtig herausgebildet. Dadurch, dass wir in der Veranstaltungsbranche sehr heterogen aufgestellt sind, war es bislang schwer, einen allumfassenden Begriff zu definieren, bei dem sich Konzertagenturen und Kultureinrichtungen genauso wie Tagungshäuser, Messeunternehmen und Ausstellungen repräsentiert fühlen. Gerade die Aufstellung unserer Kennzahlen als sechstwichtigstem Wirtschaftszweig hat die gesamte Branche für die Bevölkerung sichtbar gemacht. Diese Zahlen bewirken eine bessere Verständlichkeit in politischen Reihen und in der Bevölkerung. Teilweise entsteht jedoch nicht der Eindruck, dass die Politik sich mit der erarbeiteten Öffnungsmatrix des Forum Veranstaltungswirtschaft allzu intensiv beschäftigt habe. Deswegen können wir uns auf dem Erfolg nicht ausruhen, sondern müssen weiterhin Aufklärungsarbeit leisten.

Welche langfristigen Erkenntnisse haben Sie aus der Pandemie mitgenommen?

Ich denke, dass wir alle unglaublich viel dazu gelernt haben, gerade im Umgang mit digitalen Tools. Sicherlich war die Digitalisierung in einzelnen Unternehmen weiter vorangeschritten als in anderen, doch allein schon die Selbstverständlichkeit mit der dieses Interview als Videokonferenz stattfindet, zeigt, wie schnell sich die Menschen an neue Gegebenheiten anpassen können. Die schnelle Umrüstung der Unternehmen

auf digitale Konzepte bietet in Zukunft noch vielfältige Chancen von Eventrealisierungen, gerade im Bereich von hybriden Veranstaltungen. Bereits 2015 haben wir im EVVC „Future Meeting Space“ zusammen mit dem German Convention Bureau mögliche hybride Eventlösungen erarbeitet und deren Risiken und Chancen geprüft.

Diese Eventarten waren also schon lange im Gespräch, wurden aber erst durch die Pandemie entsprechend vorangetrieben. Ich gehe fest davon aus, dass wir zu analogen Veranstaltungen zurückkehren werden, bin aber froh, dass wir die digitalen Lösungen nicht als Feind, sondern als kostbares Add-On verstehen. Im Segment der Business-Events wird weiterhin verstärkt auf digitale Lösungen gesetzt, da beispielsweise die Reisekosten den Nutzen eines analogen Meetings häufig übersteigen. Die Präsenzveranstaltungen werden so zu etwas sehr Besonderem und dienen als Ausdruck großer Wertschätzung. Das erlangte Wissen kann außerdem für Präsenzveranstaltungen genutzt werden, um die Servicequalität der Veranstaltung durch den Einsatz digitaler Tools weiter zu steigern. Beispielsweise bedeutet die Einführung eines kontaktlosen Ticketing-Systems eine erhöhte Schnelligkeit der Prozesse und eine Vermeidung von Warteschlangenbildung.

16

Wie sollten sich Unternehmen jetzt positionieren, um für das Ende der Pandemie gerüstet zu sein?

Wir müssen jetzt weiter auf Fortbildung setzen und den Umgang mit digitalen Werkzeugen schulen. Die Digitalisierung von Daten wird in der kommenden Zeit eine große Rolle spielen, um beispielsweise Homeoffice zu ermöglichen, aber auch um Veranstaltungen generell hygienefreundlicher zu gestalten. So könnten die Besucherdaten aus dem Ticketing verwendet werden, um Menschenansammlungen in Wartebereichen zu begrenzen oder um Besuchenden einen Parkplatz zu reservieren und so deren Stresslevel zu reduzieren. Außerdem ist eine stärkere Vernetzung der Branche wichtig. Nicht jedes Veranstaltungshaus kann über eigenes Wissen und eigene Technik im Bereich Streaming verfügen. Allein schon für die Umsetzung digitaler Events ist ein umfassendes Partnernetzwerk sinnvoll. Der Ursprung der Veranstaltungsbranche, mit Menschen in Präsenz zusammen zu kommen, wird immer bleiben, jedoch mit vielen neuen Facetten. Wir müssen jetzt neugierig, aufmerksam und im Austausch bleiben, um frühzeitig zu erkennen, wie sich die Branche entwickelt. Ich gehe aber davon aus, dass wir auch in Zukunft noch unsere Daseinsberechtigung haben werden und Hilfestellung geben können, Menschen zusammenzubringen, sowohl in Präsenz als auch digital.

THORSTEN HEERMANN

Der Rechtsexperte

Von Lea Minolla



Thorsten Heermann
Jurist, Lehrbeauftragter BVM

Thorsten Heermann ist Jurist mit Leib und Seele, und die BVM-Studierenden lernen bei ihm gleich in den ersten zwei Semestern Grundzüge des Vertrags-, Arbeits-, Wirtschafts- und Urheberrechts. Sein Schwerpunkt liegt jedoch im Medienrecht. Dieses umfasst als Querschnittsmaterie viele juristische Teilbereiche, angefangen von den verfassungsrechtlichen Grundlagen bis hin zu juristischen Teilgebieten wie beispielsweise dem Datenschutz-, Urheber- und Internetrecht. Studium und Referendariat absolvierte er in Marburg, Mainz und Koblenz, mit weiteren Stationen in Schanghai und Toronto. Seit 2020 verwaltet er die Professur für Medienrecht an der Fakultät III. Wie er nach Hannover kam und was er an der HsH schätzt, hat er Lea Minolla erzählt.

17

Herr Heermann, nach Ihren Stationen im Süden Deutschlands und weltweit, wie kamen sie nach Hannover?

Für meine erste feste Anstellung nach dem Studium kam ich als Justiziar des Landesapothekerverbandes Niedersachsen nach Hannover und von dort aus ans Institut für Rechtsinformatik der Leibniz Universität. Seit 2016 war ich außerdem bereits an der Fakultät III der Hochschule Hannover als Lehrbeauftragter für Wirtschaftsrecht tätig.

Was hat Sie von der Uni an unsere Hochschule gelockt?

Ursprünglich war das eine Rundmail an der juristischen Fakultät der Leibniz Universität, in der nach Lehrbeauftragten für die HsH gesucht wurde. Da mir die Lehre

schon immer großen Spaß bereitet hat, dies einer meiner Studienschwerpunkte war und ich bereits zuvor einen Lehrauftrag an der HS Mainz erteilt bekommen hatte, bewarb ich mich auf den Lehrauftrag für Wirtschaftsrecht. So bin ich dann auch zum Studiengang BVM gekommen. Als Jurist an der Fakultät III bin ich jetzt so etwas wie das Schweizer Taschenmesser und habe in den vergangenen zwei Semestern in den Studiengängen BVM, BIB, BIM, BIMC, BJO und BPR unterrichtet.

Wie erleben Sie die Lehre an der HSH?

Die Kollegialität unter den Student*innen und die hohe Einsatzbereitschaft der Lehrverantwortlichen und Mitarbeit*innen beeindruckt mich immer wieder. Ich bin trotz der Epidemie sehr nett an der HsH aufgenommen worden und ich habe das Gefühl, dass wir alle gemeinsam den widrigen Umständen getrotzt und vernünftige Lernbedingungen geschaffen haben. Wenn man aus der freien Wirtschaft kommt, ist man viel stärker an die betrieblichen Vorgaben gebunden. Die Frage „Ist das sinnvoll?“ muss dann leider sehr oft durch die Frage „Bringt das Umsatz?“ ersetzt werden. An der HsH genieße ich die Freiheit der wissenschaftlichen, oft interdisziplinären Diskussionen mit den Student*innen und Kolleg*innen. Ich bin in der Online-Lehre immer wieder positiv überrascht, dass die Studierenden durch aktive Mitarbeit die Vorlesungen sehr bereichert haben.

Was ist Ihnen besonders wichtig in der Lehre im Studiengang BVM?

Im Zusammenhang mit der Lehre zur Veranstaltungswirtschaft habe ich mich besonders mit den Auswirkungen der Pandemie auf die Verträge innerhalb der Veranstaltungsbranche beschäftigt. Das ist ein großes Thema, auf das wir gerade jetzt sehr genau schauen müssen.



VERANSTALTUNGEN 4.0

Chancen und Risiken von Virtual Reality

Von Indra Rennen

Die Digitalisierung stellt aktuell den wohl wichtigsten Trend für die Veranstaltungswelt dar. Der Blick in den Sammelband zur 11. Chemnitzer Konferenz zur Eventforschung, die im Oktober 2019 noch ganz real stattfand, zeigt, dass die Fragen der Forschung zu neuen Event-Technologien auch vor der Pandemie längst diskutiert wurden. Der Band befasst sich mit Nutzen und Einsatzmöglichkeiten von Virtual und Augmented Reality, Self-Service-Technologien und Marketing-Automation für Messen und Events. Zwei Beiträge sollen dazu hier herausgestellt werden, die mit dem Wissen über die inzwischen vorangetriebenen Umsetzungen in der Praxis rückblickend besonders interessant sind:

Wie der Tatsache begegnet werden kann, dass die Digitalisierung unsere Bedürfnisse verändert und dadurch neue Herausforderungen und Chancen in der Veranstaltungskultur entstanden sind, diskutieren Jan Drengner und Alexander Wiebel im Kapitel „**Virtuelle Realität im Veranstaltungsmanagement – Einsatz, Nutzen und Herausforderungen**“. Besucher*innen streben immer mehr nach immersiven Erlebnissen. Der Einsatz von Virtual Reality (VR) kann dies ermöglichen. Die Autoren beschreiben, wie mit Hilfe von VR multisensorische Erlebnisse generiert werden können, die den Eindruck echter Erlebnisse durch ihre „Vividness“ also Lebendigkeit möglich machen. VR unterstützt somit die Emotionalisierung als Baustein von Veranstaltungen, was wiederum zu einer erheblichen Verstärkung der Kundenbindung und Markenerinnerung führt. Darüber hinaus kann VR in der Raumplanung, also in der Konzipierung von Events, eine frühzeitige Sichtung der Räumlichkeiten, Messestände oder Bühnenaufbauten ermöglichen, um Fehler zu minimieren. Auch für die Schulung von Personal im Vorfeld von Events stellt VR eine Chance dar. Drengner und Wiebel verweisen aber auch auf die Grenzen dieser Technologie, wie das Fehlen von Gerüchen oder Haptik, unerwünschte Effekte durch lange Nutzung wie Motion Sickness und die Kosten der Technik.

Achim Kießig, Katja Lohmann und Cornelia Zanger setzen sich im Beitrag „**Lebendige Messeauftritte – Die Wirkung von Virtual Reality im Messekontext**“ mit dem konkreten Zusammenhang zwischen der Vividness und dem Servicewert auseinander und weisen durch eine Feldstudie zur Wirkung von VR an Messeständen empirisch nach, dass die Technologie tatsächlich zur Intensivierung des Messeerlebnisses beitragen und damit strategisch sinnvoll zur Kundenbindung eingesetzt werden kann. In ihrer Stichprobe zeigt sich sogar eine Tendenz zum erhöhten Kaufanreiz. VR wird also nachweislich weit mehr als ein Entertainment-Gag am Rande.

Und ein ernstzunehmendes Kommunikationsmittel ist es durch die Pandemie inzwischen ohnehin. War ein VR-Erlebnis in den vergangenen zwei Jahren für manchen Kunden sogar der einzige Ersatz für einen Messebesuch, so wird es spannend sein zu erleben, wie sehr sich diese Technologie in den realen Messen als Instrument durchsetzt. Die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit den Wirkungen und messbaren Effekten benötigt dafür noch zahlreiche empirische Überprüfungen in der Praxis, zum Beispiel in Form von Bachelorarbeiten.

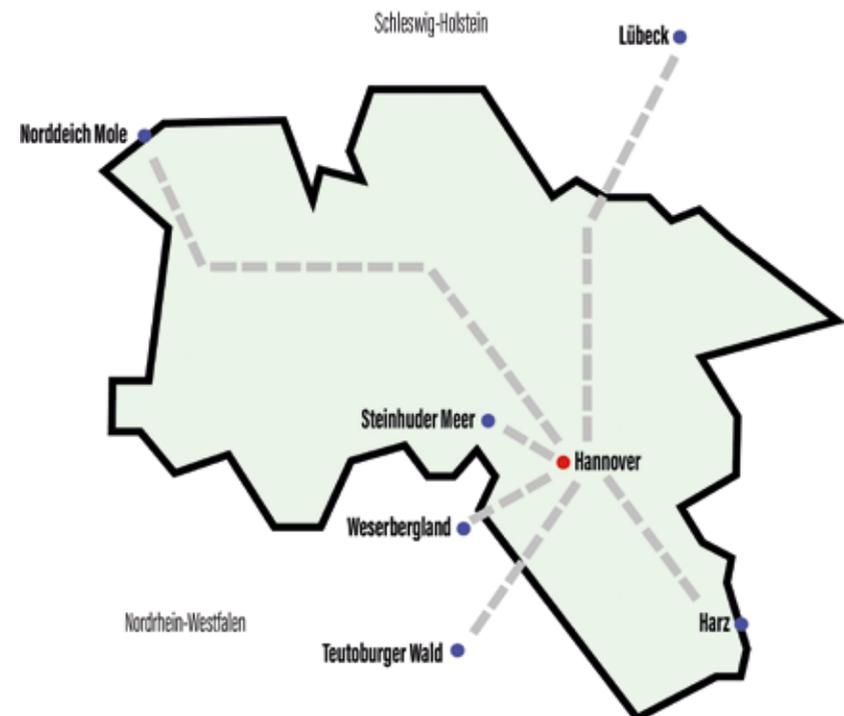
Cornelia Zanger (Hrsg.; 2020)
*Events und Messen im digitalen Zeitalter,
Aktueller Stand und Perspektiven,*
Springer Verlag, Wiesbaden.



SO NUTZT DU DEIN SEMESTERTICKET RICHTIG!

Von Cara Kriegeskotte

Studierende in Hannover zahlen für ihr landesweites Semesterticket rund 90 Euro je Semester, doch nur die wenigsten machen auch Gebrauch davon. Auch ich muss ehrlich zugeben, dass ich das Semesterticket bisher nur in Hannover und auf dem Weg in die Heimat genutzt habe. Wir sollten uns allerdings die Frage stellen, wann man wohl nochmal die Möglichkeit hat, **Niedersachsen, Hamburg, Bremen und Teile von Nordrhein-Westfalen und Schleswig-Holstein** so günstig und umweltbewusst zu bereisen? Genau, nach dem Studium eher nicht mehr. Also sollten wir unsere Möglichkeiten unbedingt nutzen. Dafür habe ich mich auch unter Kommiliton*innen umgehört und euch fünf spannende Orte rausgesucht, die leicht zu erreichen sind.





Das erste Ziel liegt ganz in der Nähe. Das nur 40 Minuten entfernte **Steinhuder Meer** lädt ein, einen schönen Sommertag am Strand zu verbringen oder eine Wanderung rund um den See zu machen.

Vom Steinhuder Meer an's „echte“ Meer. Zwar braucht man ungefähr vier Stunden, jedoch lohnt sich die Fahrt nach **Norddeich Mole** alle mal. Vor Ort kannst du sowohl ein schönes Wochenende an der Nordsee verbringen, als auch durch die Einkaufsstraßen bummeln. Die eingesparten Fahrkosten machen die Übernachtung erschwinglich.

Der bekannte **Nationalpark Harz** ist vom Hauptbahnhof Hannover in nur zwei Stunden zu erreichen. Seine zahlreichen Wanderrouten ein hervorragendes Ziel um in der Natur abzuschalten und den Alltags- und Unistress hinter sich zu lassen. Zwei Ziele im Harz sind besonders empfehlenswert: Die Okertalsperre und der nur fünf Kilometer entfernte Kästeklappenweg sind tolle Ziele im Hochharz. Wenn du möchtest, kannst du die beiden Wanderungen auch miteinander verbinden. Auch für Mountainbiker gibt es hier hervorragende Strecken.

Das landesweite Semesterticket gilt sogar über die Grenzen des Landes Niedersachsen hinaus. So ist es Studierenden möglich, mit ihrem Ticket bis in die Hansestadt **Lübeck** zu fahren. Die fast 900 Jahre alte Stadt lädt mit weit mehr als Thomas Mann, Marzipan und der direkten Lage an der Ostsee zu einem spannenden Städtetrip ein. Auch für diese Reise sollte man eine Übernachtung einplanen.



Du möchtest ein bisschen Weitblick? Innerhalb einer Stunde bringt dich dein Ticket nach Nordrhein-Westfalen ins **Weserbergland**. Vom Kaiser-Wilhelms-Denkmal hat man eine phantastische Aussicht über die umliegenden Gemeinden.

Und wer denkt, der nächste Tipp sieht aus wie ein Ort in den Dolomiten, der muss Richtung Detmold fahren, denn dort stehen sie, die Externsteine im **Teutoburger Wald**. Wie du siehst, gibt es erstaunliche Möglichkeiten. Also schnapp dir dein Semesterticket und lerne deinen Reiseradius kennen!



**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.f3.hs-hannover.de/studium/bachelor-studiengaenge/veranstaltungsmanagement-bvm/

Ansprechpartnerin des Studiengangs

Isabelle Thilo

E-Mail: isabelle.thilo@hs-hannover.de

Redaktion

Pia Brüggenthies, Lina Wellmann, Anna-Lena Zieseniß, Louise Dunger, Jouni Haase,
Lea Minolla, Indra Rennen, Cara Kriegeskotte

V. i. S. d. P.

Daniela Spott de Barrera

E-Mail: daniela.barrera@hs-hannover.de