



Deutsche Akademie
für Management

Eventmanagement

Dr. Birgit Lutzer



**Deutsche Akademie
für Management**

Verfasser:

Die Wirtschaft und die Wissenschaft – das sind die beruflichen Standbeine von Dr. Birgit Lutzer. Als Fachfrau für Public Relations und Content Marketing ist sie freiberuflich für Unternehmen und Organisationen aus Industrie und Maschinenbau tätig. Kompliziertes „Fachchinesisch“ bereitet sie in verschiedenen Formaten auf – als technische Fallstudien, Pressemeldungen, Blogbeiträge und Social-Media-Posts. Dabei ist ihr ihre Grundausbildung im Industrial Engineering nützlich. Nach mehreren Marketing-Lehraufträgen an der Hochschule für Angewandte Sprachen München (2009/2010) und an der TU Kaiserslautern – Distance and Independence Studies Center (2009 bis 2018) ist sie seit 2020 für die Fernhochschule SRH – The Mobile University in Riedlingen als Lehrkraft, Modulverantwortliche und Studienbriefautorin tätig.

Impressum

DEUTSCHE AKADEMIE FÜR MANAGEMENT

Trägerin: DAM Professional School SE
Margaretenstraße 38, 12203 Berlin

mail@akademie.biz
www.akademie-management.de

Tel. 030/40508883-0

Fax. 030/40508883-9

1. Version August 2022

© 2022 Deutsche Akademie für Management, Berlin. Alle Rechte vorbehalten.

Umweltfreundlich gedruckt auf 100% nachhaltig hergestelltem FSC®-zertifiziertem Papier

Der gesamte Inhalt des vorliegenden Moduls (Texte, Bilder, Grafiken, Design usw.) und jede Auswahl davon unterliegt dem Urheberrecht und anderen Gesetzen zum Schutze geistigen Eigentums der DAM Professional School SE oder anderer Eigentümer. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechts ist ohne Zustimmung des Eigentümers unzulässig und strafbar. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen. Zuwiderhandlungen werden zivil- und strafrechtlich verfolgt.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Text 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. Sämt-

liche verwendete Handelsmarken oder Markenzeichen sind Eigentum der jeweiligen Rechteinhaber.

Die Deutsche Akademie für Management und ihre Autorinnen und Autoren haben höchste Sorgfalt bei der Erstellung des vorliegenden Moduls angewandt. Dennoch übernehmen sie keinerlei Verantwortung oder Haftung für Richtigkeit oder Vollständigkeit, eventuelle Fehler oder Versäumnisse innerhalb des Moduls. Die Inhalte und Materialien werden unter Ausschluss jeglicher Gewährleistung zur Verfügung gestellt. Insbesondere erfolgt die Anwendung von im Modul dargestellten Erkenntnissen auf Gefahr der Teilnehmer und Teilnehmerinnen.

Zur besseren Lesbarkeit wird in diesem Modul bei Personenbezeichnungen stets die männliche Form verwendet. Damit werden Frauen wie Männer gleichermaßen angesprochen.

Inhaltsverzeichnis

| | |
|---|-----------|
| Abkürzungsverzeichnis | 6 |
| Einleitung | 9 |
| 1 Facetten des Eventmanagements | 10 |
| 1.1 Definition und Abgrenzung von ähnlichen Begriffen | 10 |
| 1.2 Arten und Zielsetzungen von Events | 12 |
| 1.3 Der Beruf Eventmanager oder -managerin | 13 |
| 2 Die Rollen im Eventmanagement | 20 |
| 2.1 Auftraggebende / Kundinnen und Kunden | 21 |
| 2.2 Veranstalter/-in und Betreiber/-in | 22 |
| 2.3 Projektleitung | 22 |
| 2.4 Ausführende | 23 |
| 2.5 Gäste oder Teilnehmende | 23 |
| 3 Eventmanagement als Projektmanagement | 24 |
| 3.1 Die Phasen | 25 |
| 4 Das Eventkonzept | 28 |
| 4.1 Ziele und Zielgruppen | 29 |
| 4.2 Idee / Motto / roter Faden | 33 |

| | |
|--|-----------|
| 4.3 Eventarten und deren Ziele | 33 |
| 5 Rahmenbedingungen und Vermarktung | 40 |
| 5.1 Genehmigungen & Co. | 40 |
| 5.2 Zeit- und Ablaufpläne | 48 |
| 5.3 Finanzierung und Risikoabfederung | 49 |
| 5.4 Vermarktung | 51 |
| 6 Dokumentation und Auswertung | 59 |
| Ein Wort zum Schluss | 61 |
| Antworten zu den Kontrollfragen | 62 |
| Literaturverzeichnis | 66 |
| Stichwortverzeichnis | 67 |
| Literaturempfehlungen | 69 |

Abkürzungsverzeichnis

| | |
|-------------------|---|
| ArbSchG | Arbeitsschutzgesetz |
| ArbStättV | Arbeitsstättenverordnung |
| ArbZG | Arbeitszeitgesetz |
| AÜG | Arbeitnehmerüberlassungsgesetz |
| B2B | Business to Business |
| B2C | Business to Customer |
| B2P | Business to Public |
| BauGB | Baugesetzbuch |
| BauNVo | Baunutzungsverordnung |
| BaustellVo | Baustellenverordnung |
| BetrSichVo | Betriebssicherheitsverordnung |
| BGB | Bürgerliches Gesetzbuch |
| BImSchG | Bundesimmissionsschutzgesetz |
| bzw. | beziehungsweise |
| DGUV | Deutsche Gesetzliche Unfallversicherung |
| DJ | Discjockey |
| DPMA | Deutsches Patent- und Markenamt |

| | |
|------------------|--|
| DSGVO | Datenschutz-Grundverordnung |
| GfStoffVo | Gefahrstoffverordnung |
| GEMA | Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte |
| GewO | Gewerbeordnung |
| GG | Grundgesetz |
| JArbSchG | Jugendarbeitsschutzgesetz |
| KPI | Key Performance Indicator, Schlüsselkennzahl |
| MVStättVO | Musterversammlungsstättenverordnung |
| OWiG | Ordnungswidrigkeitengesetz |
| PR | Public Relations / Öffentlichkeitsarbeit |
| PS | Postskriptum, etwas im Anschluss Geschriebenes |
| SprengG | Sprengstoffgesetz |
| TÜV | Technischer Überwachungsverein |
| VwVfg | Verwaltungsverfahrensgesetz |
| VStättV | Versammlungsstättenverordnung |

Einleitung

Der Beruf „Eventmanagerin“ oder „Eventmanager“ verspricht Spannung, Vielseitigkeit, immer wieder neue Herausforderungen und Kontakte, auch zum Beispiel zu bekannten Kunst- oder Musikschaffenden. Zugleich müssen im Eventmanagement Tätige manchmal an allen Stellen gleichzeitig sein, Überblick und Nerven behalten, viele Rechtsvorschriften kennen und mit betriebswirtschaftlichen Zahlen umgehen können.

Dieser Studienbrief vermittelt Ihnen Kenntnisse im Eventmanagement, genauer gesagt, in der Veranstaltungsorganisation. Auf dieser Grundlage können Sie entscheiden, welche Ausprägung des Eventmanagements Ihren Neigungen entspricht und in welchem Berufsfeld Sie dementsprechend arbeiten möchten.

ALLGEMEINE KOMPETENZZIELE

Nachdem Sie diesen Studienbrief durchgearbeitet haben, sollten Sie in der Lage sein, ...

- die große Bandbreite des Eventmanagements zu skizzieren;
- das Berufsfeld der Eventmanagerin oder des Eventmanagers zu umreißen;
- zu begründen, warum Eventmanagement Projektmanagement ist;
- den Nutzen und die Inhalte eines Eventkonzepts darzustellen;
- Rechtsgebiete und Vorschriften zu nennen, die Sie beim Eventmanagement beachten müssen;
- geeignete Marketing- und PR-Maßnahmen für ein Event auszuwählen sowie
- den Erfolg eines Events anhand von Kennzahlen und Auswertungsinstrumenten zu messen und zu dokumentieren.

1

Facetten des Eventmanagements

KOMPETENZZIELE:

Nachdem Sie dieses Kapitel durchgearbeitet haben, sollten Sie in der Lage sein,

- den Begriff „Eventmanagement“ zu definieren und vom Eventmarketing abzugrenzen,
- Arten und Ziele von Events zu beschreiben sowie
- Tätigkeiten und berufliche Einsatzfelder von Eventmanagerinnen und -managern zu skizzieren.

1.1 Definition und Abgrenzung von ähnlichen Begriffen

Ein Golf-Schnupperkurs für Geschäftskontakte und ihre Partnerinnen oder Partner mit

anschließendem schickem Essen im Clubhaus ist ein Event. Doch auch eine Podiumsdiskussion, bei der hitzig debattiert wird, eine Vernissage bzw. Kunstausstellung und ein Rockkonzert in einem Jugendkeller mit



Abbildung 1: Eventmanagement ist vielseitig. Kaum ein anderes Berufsfeld bietet so viele unterschiedliche Herausforderungen.

(Quelle: angelbi88 (2022), Startup Isometric Illustration, verfügbar unter <https://elements.envato.com/de/startup-isometric-illustration-VRFVJU>, abgerufen am 13. Mai 2022.)

lokalen Bands sind Events. Ebenso dazu gehören Ausflüge mit Programm und Mitarbeitenden-Partys. Diese Liste könnte beliebig fortgeführt werden, und wir alle haben schon an Events teilgenommen.

Jedes Event muss von mehreren Personen geplant, organisiert, durchgeführt und ausgewertet werden. Diese Tätigkeiten bezeichnen wir in ihrer Gesamtheit unabhängig vom Ziel des Ereignisses als Eventmanagement. Eventmanagerinnen und -manager befassen sich mit planerisch-organisatorischen Fragen wie den folgenden:

- Welches Budget steht zur Verfügung?
- Wo soll das Event stattfinden?
- Welches Catering ist geeignet?
- Welche Künstlerinnen und Künstler könnten mitwirken?
- Welche Hotels eignen sich zur Unterbringung der Teilnehmenden?
- Wie werden gegebenenfalls geltende Corona-Schutzregeln und andere Sicherheitsvorgaben umgesetzt?

Als Eventmanagerin oder -manager werden Sie von Abteilungen von Unternehmen,

externer Kundschaft und Privatleuten beauftragt.

Das Eventmanagement ist abzugrenzen vom Eventmarketing. Sogenannte Eventmarketer überlegen sich, wie sie ein Unternehmen, eine Organisation, eine Marke oder ein Angebot durch emotional ansprechende Veranstaltungen bekannt machen können. Dafür erstellen sie zur übergeordneten Marketingstrategie passende Konzepte. Entweder planen und organisieren sie passende Veranstaltungen selbst, im Team – oder sie ziehen dazu einen Eventmanager oder eine -managerin hinzu.

Beispiel

Ein Weinhändler führt Verkostungen mit Pianobegleitung durch, um seinen Wein bekannt zu machen und zu verkaufen. Das Event ist Mittel zum Marketingzweck, und genau das interessiert im Eventmarketing.

Um den Unterschied weiter zu verdeutlichen, wollen wir im Folgenden verschiedene Arten von Events und die jeweiligen Ziele genauer betrachten (siehe auch Abbildung 2).

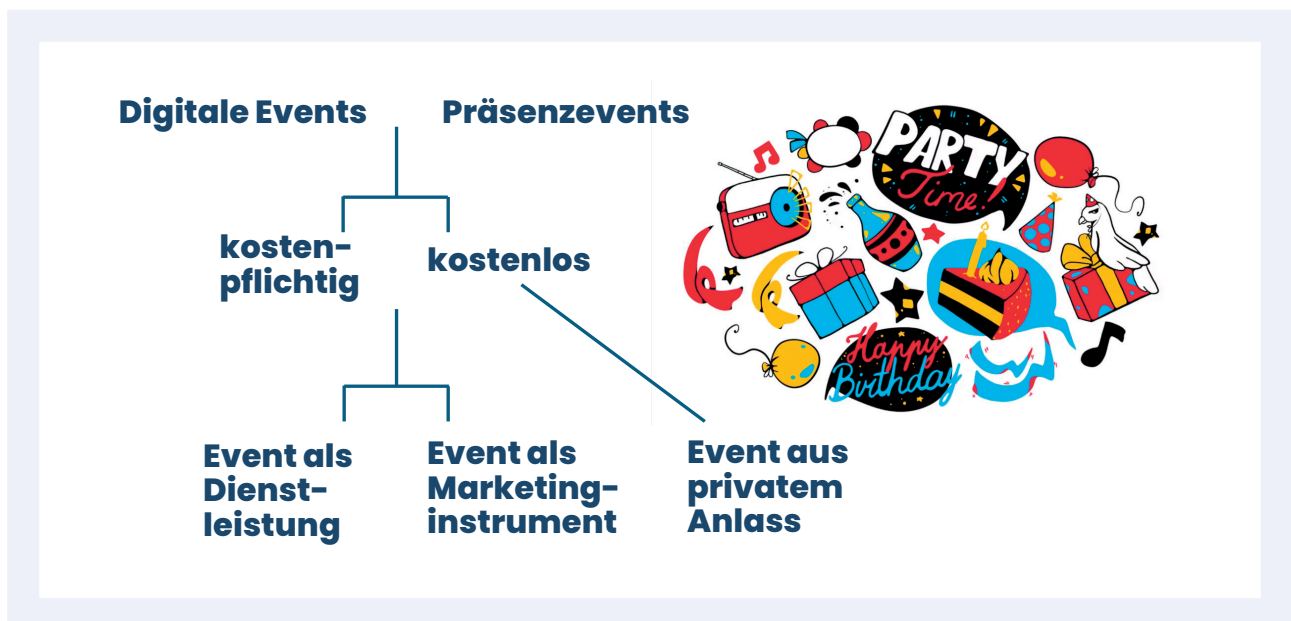


Abbildung 2: So lassen sich Eventarten aufschlüsseln.

(Quelle: jumsoft (2022), Party Time, verfügbar unter <https://elements.envato.com/de/party-time-GUWA48>, abgerufen am 22. März 2022.)