



STUDIENINSTITUT
FÜR KOMMUNIKATION
Upgrade your knowledge

ZEIGEN, WAS IN EINEM STECKT!

Weiterbildungen, Inhouse-Trainings und Coachings



VORWORT

Praxisorientierte Qualifizierungen und Talentschmiede: Seit mehr als 20 Jahren sind wir auf Fortbildungen für Berufsanfänger, Quereinsteiger sowie Fach- und Führungskräfte spezialisiert – in den Themenbereichen Online-Marketing, Werbung und Kommunikation, Event- und Messemanagement sowie Führung und Persönlichkeit.

Von eintägigen Basiskursen bis hin zu mehrmonatigen Weiterbildungen mit IHK-Zertifikat, von Inhouse-

Trainings für Unternehmen bis hin zur Mitgestaltung von Bachelor- und Masterprogrammen bieten wir Ihnen zahlreiche Möglichkeiten für Ihre Karrierepläne.

Eröffnen Sie sich neue berufliche Perspektiven. Lernen Sie vom umfassenden Know-how unserer erfahrenen Dozenten und Trainer – alles Praktiker und Branchenexperten. Unser vielseitiges und aktuelles Bildungsprogramm bietet Ihnen berufsbegleitendes, praxis-

orientiertes und modernes Wissen. Und wenn Sie Fragen haben – wir helfen Ihnen gerne weiter!

Michael Hosang
Geschäftsführer Studieninstitut für Kommunikation GmbH

KOMMUNIKATION

Kommunikation Basics.....	4
Kommunikationsmanager/in (IHK)	4
Betriebswirt/in (TU) für Werbung und Kommunikation.....	5
Storytelling.....	5
PowerPoint kompakt	6
Medienrecht für Agenturen	6

ONLINE-MARKETING

Online-Marketing Basics.....	8
Online-Marketing-Manager/in (IHK).....	8
Betriebswirt/in (FH) für Online-Marketing	9

EVENT- UND MESSEMANAGEMENT

Kaufmann/Kauffrau für Veranstaltungs- und Messemanagement	10
Veranstaltungskaufmann/-frau (IHK)/Eventmanager/in.....	11
Eventmanagement Basics.....	12
Eventmanager/in (IHK)	12
Eventmanager/in (IHK) kompakt	13
Boost your event – Social Media für Eventmanager	13
Bachelor-Studium Event- und Messemanagement	14
MBA-Studium Eventmarketing	14
Veranstaltungsfachwirt/in (IHK)	15
Musikfachwirt/in (IHK)	15

VERANSTALTUNGSSICHERHEIT

Sicherheitskonzepte für Veranstaltungen	16
Sachkundige Aufsichtsperson für Veranstaltungen (Leitung)	16
Sachkundige Aufsichtsperson für Veranstaltungen (Bühne).....	17
Wiederholungsunterweisung für Sachkundige Aufsichtsperson.....	17
Sicherheits- und Krisenmanagement	18

FÜHRUNG UND PERSÖNLICHKEIT

Agiles Projektmanagement	20
Moderation Basics	20
Resilienz	21
Klartext reden	21
Creative Playground Training	22

INHOUSE TRAININGS UND COACHINGS.....23

WISSENSWERTES

Nachgefragt: Veranstaltungssicherheit.....	24
Musikbusiness: Professionelle Selbstvermarktung ist Pflicht.....	26

REFERENZEN

KONTAKT



KOMMUNIKATION BASICS

Grundlagenseminar Methoden, Instrumente und Kanäle der Kommunikation

Wie professionelle Kommunikation funktioniert, welche Arten und Kanäle es gibt, mit welchen Instrumenten und

Methoden man in der gewünschten Zielgruppe erfolgreich Gehör findet, warum Kommunikation manchmal doch kompliziert ist und

wo Störfaktoren lauern, vermittelt das Tagesseminar Kommunikation Basics.

INHALTE (AUSZUG)

- Psychologische Grundlagen der Marketingkommunikation
- Rolle der Kommunikation im Marketing-Mix
- Instrumente der Kommunikation
- Klassische Werbung
- Direktwerbung
- Verkaufsförderung (Promotion)
- Public Relations
- Online-Kommunikation
- Events und Messen
- Praxis: Erfolgreich kommunizieren im Social Web

Dauer: 1 Tag
Ort: Düsseldorf
Gebühr: 129 Euro

VORTEIL

Absolventen dieses Seminars erhalten 15 % Treuebonus bei Buchung des Lehrgangs Kommunikationsmanager/in (IHK)

KOMMUNIKATIONSMANAGER/IN (IHK)

Marketingkommunikation für alle Wirtschaftszweige – berufsbegleitender, staatlich zugelassener Fernlehrgang mit IHK-Abschluss

Der Lehrgang zum/zur Kommunikationsmanager/in (IHK) vermittelt das erforderliche Rüstzeug, um Kommunikationsaktivitäten strategisch wie operativ

gestalten und umsetzen zu können. Sie lernen Methoden und Instrumente der Kommunikation kennen und erfahren, wie Sie diese gezielt einsetzen und auswerten können.

Auch die medien- und kommunikationsrechtlichen Rahmenbedingungen, die Sie als Kommunikationsverantwortliche/r beachten müssen, werden thematisiert.

Inhalte (Auszug)

- Marketing, Marketingkommunikation, Kommunikationsstrategien
- Marktforschung
- Methoden der Projektarbeit
- Werbearbeiten, Werbeformen, Media
- Methoden und Instrumente der PR
- Live-Kommunikation
- Online-Kommunikation
- Sponsoring, Fundraising
- Dialog Marketing
- Sales Promotion
- Product Placement
- Medienrecht

Zulassung als
Fernlehrgang



Facts

Dauer:
9 Monate

Ort:
Seminarstandort: Düsseldorf
Prüfungsort: Köln

Gebühr:
245 Euro pro Monat
(2.205 Euro gesamt)
IHK-Zertifikatsentgelt: 350 Euro

BETRIEBSWIRT/IN (TU) FÜR WERBUNG UND KOMMUNIKATION

Universitärer Lehrgang zum Generalisten in Marketing, Werbung und Kommunikation – berufsbegleitend mit Zertifikat der TU Chemnitz

Wie kann Kommunikation aus „einem Guss“ verlaufen? Wie werden Strategien aus Werbung, PR, Marketing, Produktentwicklung, Eventmanagement oder Projektmanagement zusammengeführt und schlüssige Werbe- und Kommunikationskonzepte erstellt? Antworten auf diese und viele weitere Fragen gibt es im berufsbegleitenden Lehrgang zum/zur Betriebswirt/in (TU) für Werbung und Kommunikation.

Inhalte (Auszug)

1. Semester

Arbeitsmethodik, Methoden der Projektarbeit, VWL und BWL, Rechnungswesen, Recht und Steuern, Unternehmensführung, methodisch gestütztes Management, Werbewirtschaft und Organisation, Marketing, Marktforschung

2. Semester

Marketingkommunikation, Werbepsychologie und Gestaltungstheorie, Konzeption und Planung in Marketing, Werbung und Kommunikation, Medienrecht, Werbung, Werbearbeiten und Werbeformen, Public Relations (Methoden, Instrumente), Erlebniskommunikation, innovative Markenkommunikation, Kreation und Gestaltung, Werbung und Kommunikation im Internet, integrierte Kommunikation

Dauer: 2 Semester

Ort: Düsseldorf, Auftaktseminar in Chemnitz

Gebühr:
2.800 Euro pro Semester
(5.600 Euro gesamt)

STORYTELLING

Tagesseminar über den strategischen Mehrwert einer gut erzählten Geschichte

Wie und warum erleichtern uns Geschichten die Kommunikation mit Lesern, Gästen, Zuschauern, mit Kunden oder Konsumenten? Wie sollte ich eine gute Geschichte erzählen, wie strukturieren, was ist

überhaupt eine gute Geschichte und wie finde ich eine, mit welchen Mitteln erhalte oder erzeuge ich Spannung, für wen muss ich wie erzählen?



Was ist Storytelling?
Warum Storytelling?
Warum das Gehirn Geschichten liebt. ♥♥
Was ist eine gute Geschichte?
Was erzähle ich wie?

Dauer: 1 Tag
Ort: Düsseldorf
Gebühr: 350 Euro



POWERPOINT KOMPAKT

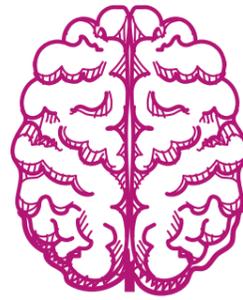
Professionelle Erstellung von Präsentationen – Tagesseminar

Kurz und kompakt vermittelt das Tagesseminar „PowerPoint kompakt“ Grundlagenwissen für die Erstellung komplexer multimedialer Präsentationen und zeigt die Möglichkeiten dieser Software auf. Berufseinsteiger wie Professionals können an einem Tag alles Wichtige zur Text- und Objektgestaltung, zu Foto-, Video- und Farbpräsentationen, zum Einsatz von Multimedia und über das Arbeiten mit Mastern lernen und ausprobieren.

INHALTE (AUSZUG)

- MS PowerPoint
- Textgestaltung/Typografie
- Objekt-, Foto- und Farbgestaltung
- Folienmaster, Notizenmaster und Masterlayouts
- Mit Bildschirmpräsentationen arbeiten
- Folien und Begleitmaterial drucken

Dauer: 1 Tag
Ort: Düsseldorf
Gebühr: 375 Euro



MEDIENRECHT FÜR AGENTUREN

Rechtliche Aspekte in der digitalen Kommunikation – Tagesseminar

Dieses Tagesseminar vermittelt die grundlegenden Rechtskenntnisse für die Arbeit in Kommunikation, Marketing und Eventmanagement, sensibilisiert für den Umgang mit Informationen und Daten im digitalen

Zeitalter und geht auf wiederkehrende Problemstellungen ein. Beispiele aus der anwaltlichen Praxis und Rechtsprechung sowie vertiefende Praxisübungen schärfen Ihren Blick für eine rechtssichere Kommunikationsarbeit.

INHALTE (AUSZUG)

- Urheber- und Medienrecht
- Verträge und AGB
- Werbe- und Markenrecht
- Rechtliche Aspekte bei der Nutzung von YouTube und Social Media
- Datenschutzrecht



Dauer: 1 Tag
Ort: Düsseldorf
Gebühr: 385 Euro



STELLEN SIE SICH VOR ES IST IHR TRAUMJOB UND SIE BEKOMMEN IHN!

Die bundesweite Jobbörse mit Fokus auf Online-Marketing, Event- und Messemanagement, Marketing und Vertrieb, Werbung und Kommunikation.

www.kjobs.de



ONLINE-MARKETING BASICS

Grundlagenseminar digitales Marketing – für Einsteiger und Anwender

Im Einsteigerseminar Online-Marketing Basics wird grundlegendes Wissen zum erfolgreichen „Suchen und Gefunden werden im Web“ vermittelt:

- Auf welchen Content kommt es an?
- Wie lassen sich Marketingmaßnahmen im Web erfolgreich realisieren und welche Tools werden dafür benötigt?
- Welche Spielregeln und rechtlichen Rahmenbedingungen müssen beachtet werden?
- Wie funktioniert Werbung im Internet?
- Und wie lassen sich Online-Aktivitäten auswerten?

Dauer: 1 Tag

Ort: Düsseldorf, Berlin und München

Gebühr: 129 Euro

- **Vorteil:** Absolventen dieses Seminars erhalten 15 % Treuebonus bei Buchung des Lehrgangs Online-Marketing (IHK).

INHALTE (AUSZUG)

- Online-Marketing-Konzeption
- Online-Marketing-Instrumente wie Social Media, Online-Werbung, Online-PR, Suchmaschinenoptimierung, Suchmaschinenmarketing, E-Commerce
- Einführung in die Themen Informationsbeschaffung im Netz, Usability, Webseiten-Controlling, Webdesign, Webseiten-Projektmanagement
- Ausblick: Berufsfeld Online-Marketing-Manager/in



ONLINE-MARKETING-MANAGER/IN (IHK)

Berufsbegleitender Lehrgang zum Generalisten für digitales Marketing mit IHK-Abschluss

Der Bedarf an Online-Marketing-Managern ist in allen Wirtschaftszweigen groß. Überall wird qualifiziertes Personal mit Online-Marketing-Kompetenz für die Abteilungen Marketing, Verkauf, Kommunikation oder IT benötigt.

Die Aufgaben sind breit gefächert: Ihr Auftrag ist es, die unzähligen Möglichkeiten des digitalen Marketings zu erfassen, zu bewerten und die erfolgversprechendsten auszuschöpfen. Sie übernehmen die Konzeption und Planung, Umsetzung, Optimierung und

Auswertung digitaler Kampagnen. Sie sind mitverantwortlich für den Online-Auftritt eines Unternehmens und gestalten Bereiche wie Online-Kommunikation, Online-Werbung oder Online-Verkauf.



Facts

Dauer:
12 Monate

Ort:
Seminarstandort: Düsseldorf
Prüfungsort: Köln

Gebühr:
295 Euro pro Monat
(3.540 Euro gesamt)
IHK-Zertifikatsentgelt: 360 Euro

INHALTE (AUSZUG)

- Marketing und Marktforschung
- Branchenspezifisches Recht
- Online-Kommunikation wie Social Media Marketing,
- Content Marketing, Newsletter-Marketing
- Webanalyse
- Suchmaschinenmarketing und Online-Werbung
- E-Commerce

www.studieninstitut.de/online-marketing

BETRIEBSWIRT/IN (FH) FÜR ONLINE-MARKETING

in Kooperation mit der Hochschule Schmalkalden in zwei Semestern

Wer im Internet die relevante Zielgruppe erreichen und erfolgreich Leistung oder Produkt vermarkten will, muss sich diese besondere Zeitmaschine zunutze machen, ihre Regeln kennen, News passend aufbereiten, mit einmaligem Content für Spannung sorgen und Emotionen auslösen. Wo surfen die User? Wie kann

sie interessieren und binden? Wie lassen sich Aktivitäten und Kampagnen messen?

Dieses Wissen und einen staatlichen Abschluss bietet der weiterbildende Studiengang zum/zur Betriebswirt/in (FH) für Online-Marketing.

INHALTE (AUSZUG)

1. Semester

- BWL, VWL, Recht
- Unternehmensführung
- Rechnungswesen, Finanzierung und Investition
- Marketingkonzeption und Marketing-Planspiel

2. Semester

- Digitale Kampagnen
- Webdesign, Usability, Web-Controlling
- Suchmaschinenmarketing
- Werbung und Kommunikation im Web (Social Media, Newsletter-Marketing, Virales Marketing, Content Marketing)
- Web-Analyse mit Google Analytics
- E-Commerce
- Conversion-Optimierung und Website-Testing

Facts

Dauer:
2 Semester

Ort:
4 Seminare in Schmalkalden
4 Seminare in Düsseldorf

Gebühr:
2.800 Euro pro Semester
(5.600 Euro gesamt)

Fragen zur Zulassung?
Beratung gewünscht?

0800/77 92 37-0
beratung@studieninstitut.de

KAUFMANN/KAUFFRAU FÜR VERANSTALTUNGS- UND MESSEMANAGEMENT

Praxisorientierter Brancheneinstieg für Abiturienten und Berufseinsteiger – Lehrgang mit Anerkennung von ECTS-Credits

Unternehmen und Organisationen setzen in ihrem Marketing-Mix ganz bewusst auf Veranstaltungen. Hier sind Fachkräfte gefragt, die von der Konzeption über die budgetgerechte Umsetzung bis hin zur Erfolgskontrolle alles sicher im Griff haben. Versierte Profis, die Veranstaltungen und Messen zu etwas unvergesslich Besonderen machen. Mit zielgerichtetem Engagement, Kreativität, Trendespür und einem ausgeprägten Produkt- und Zielgruppenverständnis.

Wir haben das Berufsfeld der Veranstaltungskaufleute um das Thema „Messemanagement“ erweitert. Mit dem Lehrgang zum/zur Kaufmann/Kauffrau für Veranstaltungs- und Messemanagement ermöglichen wir einen nachhaltigen und bedarfsorientierten Berufseinstieg.

INHALTE (AUSZUG)

Veranstaltungs- und Messemanagement

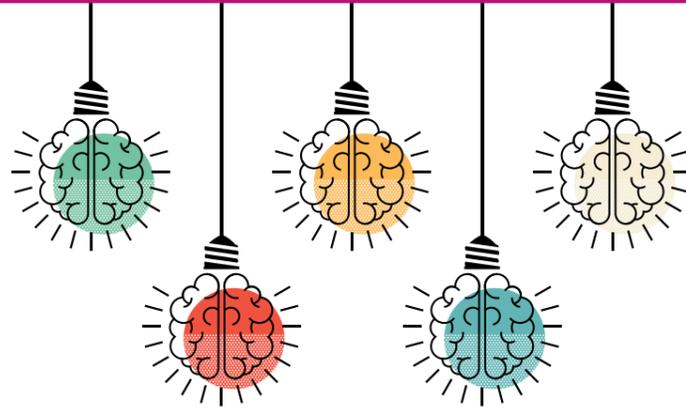
Eventmarketing, Marktanalyse und Vermarktung von Veranstaltungen, Recht und Versicherungen, Messebau, Technik, messerelevante IT Systeme

Marketing und Projektarbeit

Methoden, Marktforschung, Präsentation, Online-Marketing, Kommunikation

Kaufmännische Grundlagen

VWL, BWL, Recht, Rechnungswesen, Organisation, Personal, Unternehmensführung



VORTEILE FÜR BEWERBER UND ARBEITGEBER

- Zeitnahe Einbindung in Projekte durch starken Praxisbezug und praxisorientierte Wissensvermittlung
- Profis und Praktiker der Messe- und Veranstaltungsbranche als Trainer und Dozenten für den Nachwuchs
- Unterstützung bei der Bewerber- und Arbeitgebersuche
- Persönliche Begleitung von Teilnehmern/innen und Arbeitgebern während der Qualifizierung
- Alle Absolventen erhalten gegen Vorlage der Abschlussurkunde eine schriftliche Bestätigung über die Anerkennung von 60 ECTS-Credits von der Leitung des Bachelor-Studiengangs Event- und Messemanagement der TU Chemnitz
- Studium zum Bachelor Event- und Messemanagement (B. Sc., TU Chemnitz) kann verkürzt absolviert werden
- Bedarfsorientierter Berufseinstieg mit Perspektive

www.studieninstitut.de/eventmanagement

VERANSTALTUNGSKAUFMANN/-FRAU (IHK)/ EVENTMANAGER/IN

Praxisorientierter Brancheneinstieg für Abiturienten und Berufseinsteiger – Lehrgang Eventmanagement – mit externem IHK-Abschluss und Anerkennung von ECTS-Credits

Veranstaltungskaufleute sind gefragte Fachkräfte auf dem Arbeitsmarkt. Sie konzipieren für verschiedene Zielgruppen Veranstaltungen jeder Art und Größe. Sie planen und organisieren Events, beraten und betreuen Kunden, entwickeln begleitende Kommunikationsmaßnahmen, planen und kalkulieren die relevanten Kosten und Ressourcen, steuern Dienstleistungspartner und Projektbeteiligte und führen am Ende des Projektes eine Erfolgskontrolle durch.

Der Zertifikatslehrgang Eventmanagement bietet eine praxisorientierte Ausbildung: Branchenprofis vermitteln in den Seminaren kaufmännisches und branchenspezifisches Wissen. Die praktische Erfahrung wird über die Vollzeitstätigkeit im Unternehmen erlangt.

VORTEILE FÜR BEWERBER UND ARBEITGEBER

- Zeitnahe Einbindung in Projekte durch starken Praxisbezug und praxisorientierte Wissensvermittlung
- Profis und Praktiker der Eventbranche als Trainer und Dozenten für den Nachwuchs
- Unterstützung bei der Bewerber- und Arbeitgebersuche
- Persönliche Begleitung von Teilnehmern/innen und Arbeitgebern während der Qualifizierung
- Anerkannter Doppelabschluss: Verkaufmann/-kauffrau (IHK), Eventmanager/in (seit 1996 branchenanerkannter Studieninstitut-Abschluss)
- Anerkennung von Credits nach ECTS (Bachelor Event- und Messemanagement (B. Sc., TU Chemnitz)), das Studium kann zudem verkürzt absolviert werden

INHALTE (AUSZUG)

Eventmanagement

- Eventmarketing, -konzeption und -organisation
- Erfolgskontrolle
- Budgetierung und Kalkulation
- Veranstaltungstechnik
- Eventrecht und -versicherung

Marketing und Projektarbeit

- Medien- und Öffentlichkeitsarbeit
- Präsentationstraining

Kaufmännische Grundlagen

- VWL, BWL, Recht, Rechnungswesen, Organisation, Personal, Unternehmensführung



Facts

Dauer:
30 Monate

Ort:
Hamburg und München,
Vollzeitstätigkeit beim Arbeitgeber findet bundesweit statt

Gebühr:
350 Euro pro Monat trägt der Arbeitgeber

Ablauf:
Zertifikatslehrgang mit Vollzeitstätigkeit beim Arbeitgeber und berufs begleitenden Seminaren, Webinaren

Vergütung:
Die praktische Tätigkeit wird vom Arbeitgeber vergütet und orientiert sich an den üblichen Ausbildungsgehältern.



EVENTMANAGEMENT

BASICS

Das Tagesseminar vermittelt Ihnen wichtiges Grundlagenwissen zur Planung, Konzeption, Organisation und Durchführung von Veranstaltungen wie Kunden- und Mitarbeiterereignissen, Jubiläen oder Meetings.

Dauer: 1 Tag

Ort: Düsseldorf, Berlin und München

Gebühr: 129 Euro



INHALTE (AUSZUG)

- Grundlagen Eventmarketing
- Projektmanagement: alle Schritte eines Events von der Konzeption über die Organisation und Durchführung bis zur Erfolgskontrolle
- Branchenkompass: Netzwerke, Verbände, Rankings
- Kurzüberblick: Trends und Studien der Eventbranche

VORTEIL

Absolventen dieses Seminars erhalten 15 % Treuebonus bei Buchung des Lehrgangs Eventmanager/in (IHK).

EVENTMANAGER/IN (IHK)

Mit eindrucksvollen Events begeistern – berufsbegleitender, staatlich zugelassener Fernlehrgang Eventmanagement mit IHK-Abschluss

Im praxisorientierten Lehrgang Eventmanagement (IHK) erlangen Sie die notwendige Fachkenntnis, um Projekte im Erlebnismarketing gestalten zu können. Sie lernen, wie

Sie Events eindrucksvoll inszenieren und Ihr Publikum begeistern. Sie erfahren, wie sich Events professionell als Marketinginstrument entwickeln, organisieren und erfolgreich

umsetzen lassen. Weiterhin lernen Sie relevante dazugehörige Marketinginstrumente sowie die neusten Trends im Eventmanagement kennen.



Dauer: 9 Monate

Ort: Düsseldorf, Berlin und München

Gebühr: 255 Euro pro Monat (2.295 Euro gesamt)
IHK-Zertifikatsentgelt: 360 Euro

Zulassung als Fernlehrgang



Inhalte (Auszug)

- Marketing, Eventmarketing, Eventmanagement
- Projektmanagement
- Finanzierung, Budgetierung, Recht und Versicherungen
- Eventkonzeption, Eventorganisation, Eventevaluation
- Präsentationstraining

Die Gebühren sind umeinsteuerbefreit. Anpassungen vorbehalten.

EVENTMANAGER/IN (IHK) KOMPAKT

Kompaktlehrgang mit 10 Seminartagen in 2 Wochen und IHK-Abschluss nach 6 Wochen

Wem der klassische Eventmanagement-Lehrgang zu lang dauert und wer sich neues Wissen schnell aneignen möchte, bekommt mit dem Lehrgang „Event-

manager/in (IHK) kompakt“ ein attraktives Angebot: Die sonst neunmonatige Lehrgangszeit wurde komprimiert auf insgesamt zehn Seminartage plus Selbststudienzeit (Lehrhefte). Sechs

Wochen nach Kursstart kann die IHK-Abschlussprüfung absolviert werden. Inhaltlich wird geballtes Eventmanagement Know-how vermittelt.

INHALTE (AUSZUG)

Modernes Eventmanagement

- Eventprozess und Eventformate
- Projektmanagement-Methoden
- Bedeutung von Social Media und Direktmarketing
- Trendausblick

Eventkonzeption

- Budgetierung und Kalkulation
- Eventorganisation
- Präsentationstraining

Lehrhefte

- Marketing und Eventmarketing, Methoden der Projektarbeit, Finanzierung und Budgetierung von Veranstaltungen, PR- und Öffentlichkeitsarbeit, Eventrecht und Versicherungen



Dauer:

10 Seminartage

Ort:

Düsseldorf

Gebühr:

2.695 Euro (Teilzahlung

möglich 12 x 225 Euro)

360 Euro (Prüfungsgebühr IHK)

BOOST YOUR EVENT – SOCIAL MEDIA FÜR EVENTMANAGER



Mehr Reichweite und Aufmerksamkeit: Events im Social Web – Kompaktkurs

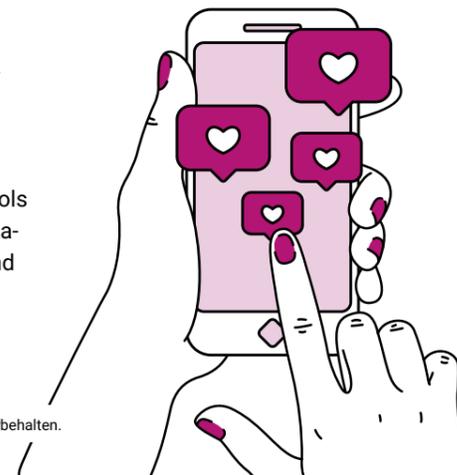
In der Live-Kommunikation werden Menschen und Marken erlebnisorientiert zusammengeführt. Doch die mögliche Anzahl zu erreichender Kontakte vor Ort ist begrenzt. Social Media und Event entfalten erst

in Kombination ihre ganze Power. Dieses Seminar befähigt Sie, selbst Social Media Maßnahmen mit Events zu kombinieren. Sie lernen, wie Sie die Kommunikationsphase eines Events verstärken und verlängern

können, wie Sie Eventteilnehmer mit Hilfe von Technologie aktivieren und einbeziehen können, wie Sie Events über Social Media Kanäle zielgerichtet bewerben und wie Sie erreichen, dass Ihre Teilnehmer Inhalte teilen.

INHALTE (AUSZUG)

- Social Media: Instagram, Facebook, YouTube, Twitter, Formate, Besonderheiten und Vermarktung
- Event Konzeption: Storytelling und Contentmanagement
- Interaktive Eventformate und Eventtools
- Digitale Trends in der Live-Kommunikation: Livestream, Podcast, Chatbot und Augmented Reality
- Event Cases: Lernen von den Besten



Dauer: 2 Tage

Ort: Düsseldorf

Gebühr: 1.250 Euro

Die Gebühren sind umeinsteuerbefreit. Anpassungen vorbehalten.

BACHELOR EVENT- UND MESSEMANAGEMENT (B. SC., TU CHEMNITZ)



Produkte und Marken auf Veranstaltungen erfolgreich in Szene setzen: berufsbegleitendes Universitätsstudium für Ein- und Aufstiegsmöglichkeiten in der Event- und Messebranche

Im Studium wird Ihnen fachbezogenes Grundlagen- und Methodenwissen aus den Bereichen Betriebs- und Volkswirtschaftslehre, Wirtschaftsinformatik und Recht vermittelt. Weiter erwerben Sie ein umfassendes berufsspezifisches Wissen im Event- und Messemanagement.

Geleitet wird der Studiengang von Frau Univ.-Prof. Dr. Cornelia Zanger, Inhaberin der Professur für Marketing und Handelsbetriebslehre an der TU Chemnitz.

INHALTE (AUSZUG)

- Wirtschaftswissenschaftliches Grundlagenwissen: BWL, VWL, Recht, Marketing, Wirtschaftsinformatik, Social Skills, wissenschaftliches Arbeiten
- Konzeption, Planung, Umsetzung und Erfolgskontrolle von Event- und Messeprojekten
- Einbindung von innovativen Messe- und Eventideen in Marken- und Kommunikationsstrategien
- Umsetzung von Situationsanalysen
- Kommunikation und PR im Event- und Messebereich

Dauer: 6-8 Semester

Ort: Chemnitz/Düsseldorf oder Chemnitz/Hamburg oder Chemnitz/München

Gebühr: 1.985 Euro pro Semester

MASTER EVENTMARKETING/ LIVE-KOMMUNIKATION (MBA, TU CHEMNITZ)

Produkte und Marken erlebbar machen: berufsbegleitendes Universitätsstudium für Fach- und Führungskräfte der erlebnisorientierten Kommunikation

Der staatliche, international anerkannte Universitätsabschluss MBA Eventmarketing der TU Chemnitz gilt als Königsdisziplin der Abschlüsse im professionellen Eventmarketing und ist in Deutschland bisher einzigartig.

Das Eventmarketing wird interdisziplinär aus den drei Perspektiven Kommunikation, Betriebswirtschaftslehre/Marketing und Management beleuchtet.

- **Dauer:** 4 Semester
- **Ort:** Chemnitz/Düsseldorf
- **Gebühr:** 3.495 Euro pro Semester



INHALTE (AUSZUG)

- Cross-Media-Marketing mit Fokus auf Messen, Social Media, Sport, Sponsoring, Medien- und Öffentlichkeitsarbeit
- Betriebswirtschaftliche Zusammenhänge und Prozesse, Marketingmanagement, Unternehmensführung, Controlling, Finanzierung und Recht
- Führung von Projektteams
- Konzeption von Event- und Messeprojekten
- Eventrecht
- Sicherheit von Veranstaltungen
- Markenstrategien, Zielgruppenbestimmung und -ansprache
- Aktuelle Forschungsthemen und Trends

VERANSTALTUNGSFACHWIRT/IN (IHK)

**Veranstaltungen erfolgreich inszenieren – berufsbegleitender, staatlich zugelassener Fernlehrgang
Veranstaltungsmanagement mit IHK-Abschluss**

Die erfolgreiche Realisierung von Messeauftritten und Produkteinführungen, Tagungen, Kongressen, Marketing-Events, Kultur- und Sportveranstaltungen erfordern besondere Qualifikationen. Unternehmen wie Agenturen suchen hier fortlaufend gut ausgebildetes Personal. Professionalisieren Sie Ihre Praxiserfahrung mit

dem Abschluss zum/zur Veranstaltungsfachwirt/in (IHK). Sie erlangen einen der höchsten außeruniversitären und angesehenen Titel im professionellen Management von Messen und Veranstaltungen.

INHALTE (AUSZUG)

Wirtschaftsbezogene Qualifikationen

- VWL, BWL, Unternehmensführung
- Rechnungswesen, Controlling, Recht und Steuern

Handlungsfeldspezifische Qualifikationen

- Eventmarketing, Konzeption, Organisation, Finanzierung und Budgetierung, Evaluation
- Analysieren von Märkten, Akquisition von Kunden
- Projektmanagement
- Mitarbeiterführung und Kommunikation

Zulassung als Fernlehrgang



Dauer: 18 Monate zzgl. Abschlussprüfungen

Ort: Düsseldorf, München und Berlin

Gebühr: 210 Euro pro Monat (3.780 Euro gesamt)
Prüfungsgebühr: ca. 644 Euro (IHK)
fakultativ: 145 Euro (Eventmanager/in)

VORTEIL

Verkürzte Lehrgangsdauer für Absolventen der Studieninstitut Lehrgänge Eventmanagement (IHK), Veranstaltungskaufleute (IHK) und Kaufleute für Veranstaltungs- und Messemanagement!

MUSIKFACHWIRT (IHK)

Professionell im Musikbusiness agieren – neuer Lehrgang mit IHK-Abschluss

Sie wollen im Musikbusiness professionell durchstarten? Dann ist die staatlich anerkannte Weiterbildung zum/zur Musikfachwirt/in (IHK) das Richtige für Sie: Mit der Kombination aus Praxiserfahrung und fachlicher Qualifikation durch den IHK-Abschluss legen Sie den Grundstein für den beruflichen Aufstieg in der Musikbranche. Der Abschluss zum/zur Musikfachwirt/in (IHK) ist bei der IHK Frankfurt am Main bundesweit einmalig.

Dauer: 12 Monate

Ort: Düsseldorf und München

Gebühr: 345 Euro pro Monat (4.140 Euro gesamt)
559,50 Euro (Prüfungsgebühr IHK)

INHALTE (AUSZUG)

Wirtschaftsbezogene Qualifikationen:

- VWL, BWL, Unternehmensführung
- Rechnungswesen, Controlling, Recht und Steuern

Handlungsfeldspezifische Qualifikationen:

- Wertschöpfungsketten der Musikwirtschaft analysieren und Marktchancen erkennen
- Herstellung audiovisueller Medien
- Planen, Vorbereiten und Durchführen von Musikveranstaltungen und Tourneen
- Musikprodukte kundenorientiert vermarkten
- Führung und Zusammenarbeit



SICHERHEITSKONZEPTE FÜR VERANSTALTUNGEN



Kompaktkurs zur Erstellung, Prüfung und Umsetzung von Sicherheitskonzepten für Events

Ein gut durchdachtes Sicherheitskonzept ist mit einer der wichtigsten Grundlagen für einen reibungslosen Eventablauf. Was muss bei der Erstellung eines Sicherheitskonzeptes beachtet

werden? Wann ist es erforderlich? Mit welchen Inhalten muss sich der Verfasser auseinandersetzen? Wie lange kann ein bereits erstelltes Sicherheitskonzept verwendet werden?

Dauer: 2 Tage
Ort: Düsseldorf
Gebühr: 680 Euro

INHALTE (AUSZUG)

- gesetzliche Anforderungen und Vorgaben
- Grundlagen eines Sicherheitskonzeptes
- Rolle und Relevanz von Sicherheitskonzepten für Veranstaltungen
- Prüf Aspekte eines Sicherheitskonzeptes



SACHKUNDIGE AUFSICHTSPERSON FÜR VERANSTALTUNGEN (LEITUNG)

Sichere und rechtskonforme Veranstaltungen nach aktueller Muster-Versammlungsstättenverordnung (MVStättVO) – Kompaktkurs

Um die hohen Sicherheitsanforderungen einer Veranstaltung zu erfüllen, ist ein professionelles Risikomanagement notwendig, das der Veranstaltungsleitung eine besondere Verantwortung überträgt. Im Kurs lernen Sie, mögliche Gefahren und Risiken im Vorfeld zu erkennen und Sicherheitskonzepte professionell umzusetzen.



Facts

Dauer: 2 Tage
Ort: Berlin oder Düsseldorf oder München
Gebühr: 680 Euro

INHALTE (AUSZUG)

- Arbeitsschutz und Unfallverhütung
- Schutzziele
- Bau-, Betriebs- und Unfallverhütungsvorschriften der VStättVO
- Erkennen von Gefährdungen
- Erarbeitung von Schutzmaßnahmen
- Einsatz und Verantwortung von Aufsichtspersonen
- Einsatz und Übertragung von Verantwortung von Aufsichtspersonen

www.studieninstitut.de/veranstaltungssicherheit

SACHKUNDIGE AUFSICHTSPERSON FÜR VERANSTALTUNGEN (BÜHNE)



Sichere und rechtskonforme Veranstaltungen nach aktueller Muster-Versammlungsstättenverordnung (MVStättVO) – Kompaktkurs

Ein universell anwendbares Sicherheitskonzept gibt es nicht. Deshalb muss jedes Konzept individuell auf die jeweiligen Gegebenheiten abgestimmt sein. Neben Technik, Teilnehmerzahl oder Location spielen auch nicht vorher-

sehbare Faktoren eine Rolle. Im Kompaktkurs lernen Sie, mögliche Gefahren und Risiken im Vorfeld zu erkennen und Sicherheitskonzepte professionell umzusetzen.

INHALTE (AUSZUG)

Grundlagen der MVStättVO, Brandschutz und Gefährdungsanalyse, Unfallverhütungsvorschrift, Erarbeitung von Schutzmaßnahmen, Zusammenarbeit mit dem Verantwortlichen für Eventtechnik, Einsatz und Verantwortung von Aufsichtspersonen

Dauer: 2 Tage
Ort: Berlin oder Düsseldorf oder München
Gebühr: 680 Euro



WIEDERHOLUNGSUNTERWEISUNG FÜR SACHKUNDIGE AUFSICHTSPERSONEN

Sichere und rechtskonforme Veranstaltungen: Jährlich vorgeschriebene Auffrischung

Der Gesetzgeber fordert, dass Veranstaltungsleiter in Versammlungsstätten und Sachkundige Aufsichtspersonen für Veranstaltungen regelmäßig ihr Wissen auffrischen und schreibt eine jährliche Wiederholung

des Seminars vor. Dies ist in der Muster-Versammlungsstättenverordnung (MVStättVO), der jeweiligen Landesverordnung, im Arbeitsschutzgesetz und in den DGUV Vorschriften festgelegt.

INHALTE (AUSZUG)

Bauvorschriften, Betriebsvorschriften und Ordnungswidrigkeiten der VStättVO/SBauVO, Unfallverhütungsvorschrift DGUV Vorschrift 17 + 18 – „Veranstaltungs- und Produktionsstätten für szenische Darstellung“, Einsatz und Verantwortung der Veranstaltungsleitung, Zusammenarbeit mit der Veranstaltungstechnik

Dauer: 1 Tag
Ort: Berlin oder Düsseldorf
Gebühr: 350 Euro



SICHERHEITS- UND KRISENMANAGEMENT

Kompaktkurs Risikomanagement mit Handlungsoptionen und Optimierungshilfen

Naturkatastrophen, Cyber-Angriffe und Terrorgefahr stellen heute und zukünftig Unternehmen vor immense Herausforderungen. Um die Sicherheit vor immer komplexeren Bedrohungen weiterhin gewährleisten zu können, sind ganzheitliche Risikomanagement-Ansätze gefragt.



INHALTE (AUSZUG)

- Aktuelle Sicherheitslage und Auswirkungen auf Unternehmen, Verwaltungen und Behörden
- Krisenmanagement: Prävention, Reaktion, Postvention, Bewältigung einer Krisenlage
- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in einer Krise: Früherkennung, Bewältigung und Nachbereitung
- Praxisteil und Planspiel

Facts

Dauer: 2 Tage

Ort: Düsseldorf

Gebühr: 680 Euro

3. DEUTSCHE SICHERHEITS-KONFERENZ FÜR EVENTS

Die Durchführung von Marketing-Events, Messen, Kongressen, Sport- und Kulturveranstaltungen ist mit unterschiedlichsten Herausforderungen hinsichtlich der Sicherheit von Besuchern und Beteiligten verbunden. Wie sich Event-Veranstalter, Agenturen und Anbieter von Locations auf die daraus entstehenden Anforderungen an die Sicherheit ihrer Veranstaltungen und Einrichtungen vorbereiten können, thematisiert die Deutsche Sicherheits-Konferenz.



INFOS?

www.eventsicherheit.org

FÜR ALLE, DIE MAL WIEDER EINEN SPRUNG WAGEN WOLLEN.

Bildung wird gefördert.



www.studieninstitut.de/foerderung

AGILES PROJEKTMANAGEMENT

Starterkit agiles Arbeiten: Fit für eine komplexe Welt – von der Theorie bis zur konkreten Einführungsstrategie

Wir spüren alle die Veränderungen, die die Digitalisierung für die Geschäftswelt, im privaten Umfeld und in der Gesellschaft allgemein mit sich bringt. Die Veränderungen sind vielschichtig und erfordern ein Umdenken in Ihrem Handeln und in Ihrer Haltung.

Der Workshop hilft Ihnen dabei, den Überblick zu behalten und zu verstehen, dass Themen wie Agilität und agiles Projektmanagement uns alle betreffen. Und er zeigt Ihnen, wie die Einführung in Ihrem Team oder Unternehmen gelingen kann.

INHALTE (AUSZUG)

Einführung

- Eigenschaften komplexer Systeme: Das Stacey-Modell
- Planbarkeit und Stabilität in agilen Organisationen: mit praktischen Übungen
- Motivationstheorie: Anhand des X-Y-Modells nach McGregor
- Kultur und Werte: „Agilität ist kein Prozess, sondern ein Mindset“

Tools aus der Praxis: Entscheidungen treffen

- Erlernen Sie effektive Methoden für Gruppenentscheidungen: Ist allen klar, wie und wer welche Entscheidungen trifft?

Tools und Frameworks aus der Praxis: Teamarbeit

- Die vier typischen Phasen der Teamentwicklung: Werkzeuge, mit deren Hilfe Teams in dieser Entwicklung konstruktiv begleitet werden können
- Kanban, Scrum, Scrumban, Design Thinking, OKR und Co.: Sie erhalten einen Überblick über die gängigen agilen Frameworks

Ansätze und Tipps zur Umsetzung

- Change-Ansätze: Welche Strategien und Ansätze gibt es, um eine Organisation zu verändern
- Agility-to-go: Sie erarbeiten unter Anleitung des Trainers, wie Sie das im Kurs erlernte Wissen in ersten, einfach umsetzbaren Schritten in Ihrem Arbeitsalltag anwenden können
- Change Checkliste: Eine Checkliste für jeden agilen Change-Agenten

Dauer: 2 Tage

Ort: Düsseldorf

Gebühr: 1.250 Euro

www.studieninstitut.de/fuehrung-und-persoenelichkeit

MODERATION

Meetings und Workshops sind integraler Bestandteil Ihres Arbeitsalltags. Im Kurs lernen Sie Tricks, Techniken und Methoden kennen, um Ihre Moderationsaufgabe mit klaren Ergebnissen zu versehen. Das Ihnen vermittelte Rollenverständnis als Sitzungsleiter hilft Ihnen dabei, den Fokus der Gruppe künftig immer wieder auf den Prozess zu richten. Kurze Trainerinputs, Gruppenarbeit, praktische Übungen und Feedbackrunden veranschaulichen und vertiefen das erlernte Wissen.

INHALTE (AUSZUG)

- Aufgaben des Moderators
- Arbeitsphasen und Moderationswerkzeuge
- Frage- und Argumentationstechniken
- Bewertungstechniken



Dauer: 1 Tag

Ort: Düsseldorf

Gebühr: 495 Euro

BASICS

Die Gebühren sind umsatzsteuerbefreit. Anpassungen vorbehalten.

RESILIENZ

Eigene Potenziale entdecken und gewinnbringend einsetzen – Tagesseminar über Methoden und Strategien für mehr Achtsamkeit, Stärke und Gelassenheit

Erfolgreiches Selbstmanagement und Achtsamkeit: Das Seminar zeigt auf, wie Sie effektiv mit Belastungen, Veränderungen und Konflikten umgehen. Durch die Kenntnis und Anwendung der Resilienz-Strategien gewinnen Sie mehr Gelassenheit, Energie und Stärke.

INHALTE (AUSZUG)

- Stärkung der persönlichen Widerstandskraft
- Resilienz, Achtsamkeit, emotionale Intelligenz und Stressbewältigung
- Selbstwahrnehmung, Selbstführung, Selbstvertrauen und Akzeptanz
- Persönliche Ressourcen, Motivation und Stressfaktoren identifizieren
- Analyse des eigenen Resilienz-Profiles
- Erarbeitung des individuellen Maßnahmenplans

Dauer: 1 Tag

Ort: Düsseldorf

Gebühr: 495 Euro



KLARTEXT REDEN

Mit den richtigen Worten überzeugen und in Gesprächen zielführend und kommunikationsstark agieren – Kommunikationstraining

Im Seminar erlernen Sie die Methodik der zielgerichteten Kommunikation, um im beruflichen Umfeld wie auch in kritischen Situationen kommunikationsstark zu bleiben. Eine professionelle Gesprächsführung hilft Ihnen, Gesprächssituationen in die gewünschte Richtung zu lenken

und Ihre Kommunikationsstärken zielgerichtet einzusetzen, ohne andere vor den Kopf zu stoßen, zu kritisieren oder zu verletzen. Zudem wird Ihr eigenes Argumentationsverhalten in diesem sehr praxisorientierten Seminar trainiert und optimiert.

INHALTE (AUSZUG)

- Grundlagen der Kommunikation
- Reflexion der eigenen Kommunikationsmuster
- Körpersprache lesen und bewusst einsetzen
- Konkret formulieren: bewusste Wortwahl
- Sich durchsetzen: Aufmerksamkeit erhalten, überzeugend argumentieren
- Hinterfragen und Nein sagen
- Respektvoll Feedback annehmen und geben
- Das eigene Verhalten lenken: Souverän bleiben in schwierigen Situationen

Dauer: 1 Tag

Ort: Düsseldorf

Gebühr: 495 Euro



Die Gebühren sind umsatzsteuerbefreit. Anpassungen vorbehalten.

CREATIVE PLAYGROUND TRAINING



In einer immer schneller werdenden Arbeitswelt sind neue Ideen und agile Techniken gefragt.

Ob frische Ideen für einen Pitch, eine neue Herangehensweise im Business Development oder mehr Agilität im Projektmanagement: Lernen Sie einfache sowie komplexe Kreativitätstechniken für bessere und

schnellere Lösungen im Business Development, in der Innovationsentwicklung oder in Scrum Prozessen kennen und anzuwenden. Setzen Sie Ihr kreatives Potenzial und das Ihrer Teams frei und nutzen Sie es für Ihren

unternehmerischen Erfolg. In diesem Seminar lernen Sie verschiedene praxiserprobte Methoden und Tools des kreativen und strukturierten Denkens in Ihren Alltag zu integrieren.

INHALTE (AUSZUG)

- Kennenlernen der Creative Thinking Toolbox – Agilität steigern
- Auswahlkriterien für die passende Kreativitätstechnik
- Techniken für Ideenentwicklung in Gruppen und Teams – Praktische Übungen
- Anforderungen an den Moderator in Entwicklungsprozessen
- Checklisten von ABC bis DeBono – Praktische Übungen

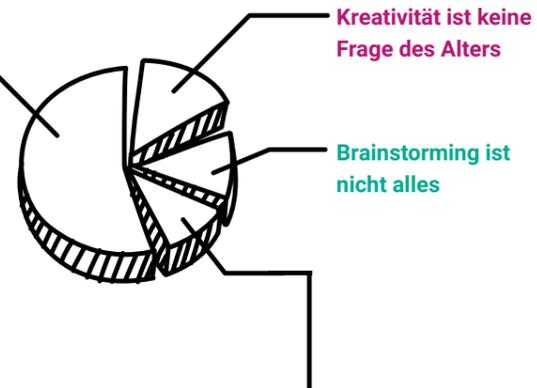
Dauer: 1 Tag
Ort: Düsseldorf
Gebühr: 495 Euro



KREATIVITÄTS-UMFRAGE

Alle sprechen von Kreativität. Aber fällt diese einfach vom Himmel? Und wie wichtig ist Kreativität im Unternehmen? Wir haben in der Branche nachgefragt:

76 Prozent erkennen Potenzial für Qualitätssteigerung beim kreativen Output durch regelmäßige Kreativitätstechnik-Trainings



Alle Ergebnisse der Kreativitäts-Umfrage gibt es zum Download unter:

www.studieninstitut.de/studien-und-reports

INHOUSE-TRAININGS UND COACHINGS

Wissen bringt Erfolg. Fördern Sie Ihre Mitarbeiter durch Weiterbildung.

Ob Führungskräfte-Training, Einzelcoaching, Teamtraining, der Aufbau einer unternehmenseigenen Inhouse-Akademie sowie Basic- oder Advanced-Schulung: Bedarforientiert stimmen wir mit Ihnen mögliche Trainings ab und erarbeiten gemeinsam Themen und Methoden. Vereinbaren Sie einen persönlichen Beratungstermin.

Unsere Themen für Fach- und Führungskräfte (Auszug)



KONTAKT



Evelyn Hosang
Mitglied der Geschäftsleitung,
Leitung Inhouse-Trainings

www.studieninstitut.de/inhouse

SICHERHEITSKONZEPTE FÜR HAUPTVERSAMMLUNGEN

von Dirk Nossbach
(Sicherheitsexperte)

Sicherheit ist ein Ideal. In der Vorstellung bedeutet absolute Sicherheit die völlige Abwesenheit von Gefährdung. Gefährdung bedeutet, dass die Möglichkeit, das ein unerwünschtes Ereignis, welches zu einem Personen- bzw. Sachschaden führt, besteht. Das damit verbundene Risiko ist eine Wahrscheinlichkeitsaussage bestehend aus den Faktoren Eintrittswahrscheinlichkeit (eines unerwünschten Ereignisses) und zu erwartendes Schadensmaß (Personen- und Sachschaden). Gerade bei Aktionärshauptversammlungen können auch drohende Image- und/oder Vermögensschäden erhöhte oder bestimmte Sicherheitsmaßnahmen rechtfertigen.

Da sich Gefährdungen nicht grundsätzlich ausschließen lassen, wird Sicherheit landläufig als Zustand mit einem akzeptierten Restrisiko betrachtet. D. h. ein hohes Maß an Sicherheit ist gewährleistet, wenn die Ereigniswahrscheinlichkeit gering und/oder das Schadensausmaß begrenzt ist.

Grundlage aller Sicherheitsüberlegungen ist das Identifizieren von potentiellen Gefahren, dazu bedarf es eines gewissen Maßes an Phantasie und intensiver Recherche.

Was kann passieren? Wer oder was ist von dem Ereignis betroffen? Welche Ursachen für ein uner-

wünschtes Ereignis sind zu benennen? Was ist bereits auf vergleichbaren Veranstaltungen passiert und welche Folgen hatte es?

Anschließend muss das Risiko bewertet werden, wie wahrscheinlich ist es, das ein unerwünschtes Ereignis eintritt, wie hoch ist der zu erwartenden Schaden?

Die Schwierigkeit dabei besteht bereits getroffene – weil meist selbstverständliche – Maßnahmen nicht mit zu denken und erst im nächsten Schritt Maßnahmen zu finden, die zum Einen die Eintrittswahrscheinlichkeit reduzieren und zum Anderen,

falls es trotz aller Anstrengungen doch zu einem Ereignis kommt, das Schadensausmaß gering bleibt. Über 250 verschiedene Schriften, von Gesetzen über Verordnungen bis hin zu Normen und Handlungsempfehlungen bestimmen den sicheren Bau und Betrieb einer Veranstaltung. Vieles ist allgemeingültig, dennoch kann nur eine spezifische Betrachtung nach Art und Anlage der Veranstaltung zu einem hinreichenden Maß an Sicherheit führen.

Ein integratives und vor allen Dingen individuelles Sicherheitskonzept betrachtet die unterschiedlichen gefährdeten Personengruppen, Sach-

werte, sowie immaterielle Werte (z. B. Image) und die unterschiedlichen Gefahren.

Veranstaltungssicherheit hat u. a. die Dimensionen:

- Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz der Beschäftigten bei Auf- und Abbau, sowie Betrieb der Veranstaltung
- Brandschutz und Standsicherheit
- Betriebssicherheit der Veranstaltungstechnik
- Schutz vor unbefugtem Zutritt
- Besuchersicherheit
- Sicherheit von „Schutzpersonen“, z. B. Vorstände und Aufsichtsräte
- Sicherheit von Menschen mit

besonderem Schutzbedürfnis, z. B. Menschen mit Behinderungen

- Datensicherheit, Markenschutz
- Verfahrenssicherheit, z. B. bei Abstimmungen
- Polizeiliche Gefahrenabwehr zur Verhinderung von Straftaten

Beispiel:

Aufgrund einer umstrittenen Gremienentscheidung werden Proteste von kritischen bzw. unzufriedenen Aktionären erwartet. Von vergleichbaren Veranstaltungen weiß man, dass die Meinungsbekundung von friedlichen Demonstrationen im öffentlichen Raum vor der Versammlungsstätte über Ausrollen von Bannern im Versammlungsraum bis hin zu tätlichen Angriffen des Vorstandes auf offener Bühne führen kann.

Ohne jedwede Vorkehrungen ist die Wahrscheinlichkeit eines solchen Vorfalles sehr hoch, das weiß man aus der Betrachtung und Erfahrung vergangener Veranstaltungen. Aus der allgemeinen Bedrohung muss die konkrete Gefahr identifiziert werden. Betrachtet man das unerwünschte Ereignis tätlicher Übergriffe mit der Folge Verletzung einer Schutzperson auf der Bühne, lassen sich folgende Maßnahmen zur Risikoreduzierung – zunächst theoretisch – finden: Unterschieden werden dabei technische und organisatorische Möglichkeiten bis hin zu Maßnahmen zur Erhöhung der physischen Widerstandskraft der gefährdeten Person.

Einige Ideen zu Senkung der Eintrittswahrscheinlichkeit:

- Ausschluss von potentiellen Störern durch Zugangsbeschränkungen und Kontrollen
- Intensive individuelle Personen-/Leibesvisitationen
- Einsatz von Türbogensonden (Metalldetektoren) sowie Gepäckröntgenanlagen
- Überprüfung des Personals für Aufbau und Betrieb der Veranstaltung
- Ausstattung der Bühne mit einem Überkletterschutz
- Sicherheitsabstand zum Publikum

Ideen zur Reduzierung des Schadensmaßes eines tätlichen Übergriffs

- Interventionskräfte des Sicherheits- und Ordnungsdienstes
- Leibwächter
- Vorhalten von Sanitätskräften
- Regenschirme als Schutz vor Lebensmittelattacken, Schutzkleidung
- Konzepte zur Räumung der Bühne, Aufsuchen eines Schutzraumes

Im Anschluss bewertet man jede einzelne Möglichkeiten nach Wirksamkeit, Umsetzbarkeit und Kosten. Wenn die Prüfung positiv ausfällt, wird die betrachtete Maßnahme Teil des Sicherheitskonzeptes.

Wichtig ist bei allen Überlegungen, dass ein Abbruch der Veranstaltung nach Möglichkeit vermieden wird und eine klare Vorgehensweise implementiert ist, wie man aus dem Notfallbetrieb wieder geordnet in den Regelbetrieb (Fortsetzung der Veranstaltung) übergeht. Diese Methodik ist entsprechend auf alle Gefährdungen sinngemäß anzuwenden um eine Veranstaltung sicher zu gestalten.

Musikbusiness:

Professionelle Selbstvermarktung ist Pflicht

Wie funktioniert das deutsche Musikbusiness? Interview mit Expertin Gabriele Skarda.

Der deutsche Musik-Markt ist überschwemmt mit Quereinsteigern. Diese Tatsache macht es jenen, die von der Musik ihren Lebensunterhalt verdienen wollen, nicht gerade einfacher. Die Aussichten für die Branche sind aber gut. Laut dem Monitoringbericht zur Kultur- und Kreativwirtschaft 2019 sind rund 256.000 Unternehmen mit fast 1,7 Millionen Erwerbstätigen aktiv, sie erwirtschafteten 2018 einen Umsatz von 168 Milliarden Euro. Das entspricht einem Umsatzplus von 1,9 Prozent und rund 3,9 Prozent mehr sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten als im Vorjahr. Gute Aussichten also für Künstler und Musikschaffende, Agenten, Produzenten und Techniker? Wir fragten Studieninstitut-Dozentin Gabriele Skarda. Sie betreibt eine Künstleragentur, ist Autorin vieler Fachartikel und einem Fachbuch, ist ehrenamtliche Prüferin der IHK in den gegenständlichen Bereichen und als Beraterin in der Kultur- und Kreativwirtschaft tätig.

Frau Skarda, in den TV Kanälen tummeln sich zig vermeintliche Talente... Aber wie ist die berufliche Lage für Künstler und Musikschaffende in Deutschland wirklich?

Die Situation hat sich in den letzten 20 Jahren für Künstler im Allgemeinen und Musiker(innen) im Speziellen verändert. Mit den zahlreichen Casting-Show-Formaten wird der Eindruck vermittelt, dass man mit einer Teilnahme relativ leicht zum STAR wird. Die Realität jedoch zeigt, wer eine Karriere im Musikbusiness anstrebt, benötigt solides handwerkliches Können. Das gilt gleichermaßen für die Akteure auf der Bühne und jene hinter der Bühne (Booker, Künstlermanager, Produzenten, Labelbetreiber usw.). Gerade in der deutschsprachigen Musikbranche ist der Markt überschwemmt mit Quereinsteigern, Semi-Professionellen und Möchte-Gern Musikschaffenden und diese Tatsache macht es jenen, die von der Musik ihren Lebensunterhalt verdienen wollen, nicht gerade einfacher. Denn der potentielle Auftraggeber oder der Konsument erkennt ja die Unterschiede nicht, z. B. dieser Trend, dass junge Musiker „auf Hut“ spielen (also gegen Spenden) ist eine Unart und macht die ernsthaften Versuche von Agenturen, ein festes Honorar, z. B. für eine Newcomerband zu erlangen, zunichte. Folglich ist gerade der Live-Musik-Markt überschwemmt und es ist viel schwieriger, einen noch nicht

so bekannten Musikact gegen eine angemessene Gage zu platzieren. Ganz anders läuft es bei Acts, die bereits im Markt etabliert sind. Hier steigen die Honorare in schwindelerregende Höhen, was sich auf den Eintrittspreis der Konzerte auswirkt.

Sie betreiben eine Künstleragentur, sind als Beraterin in der Kultur- und Kreativwirtschaft und als Dozentin beim Studieninstitut tätig. Mit welchen Vorstellungen über ihre berufliche Zukunft kommen angehende Künstler und Musikschaffende zu Ihnen?

Nun, alle wollen schnell erfolgreich und berühmt werden. Aber das ist ein langer Weg und ich erkläre den Musikern und Interpreten, dass auch diese eine Eigenverantwortung haben, ihre künstlerische Karriere zu fördern. Es kann also nicht sein, dass all dieses Framework (z. B. Eigenpromotion auf sozialen Netzwerken und zahlreichen Online-Plattformen) dem Künstleragent, dem Label oder dem Manager (falls es überhaupt einen gibt) zugeschoben wird. Das war vor über 20 Jahren das „klassische Modell“ und seit es das Internet gibt, ist es auch die Aufgabe der Künstler, hier aktiver zu werden. Dafür habe

ich einen Ein-Tages-Workshop entwickelt und ich bin immer wieder erstaunt, wie wenig die Künstler(innen) über die Möglichkeiten von Online-Promotion informiert sind, geschweige diese nutzen.

Die Musikindustrie hat sich in den letzten Jahrzehnten sehr verändert und damit auch die Bedingungen für Musikschaffende, Techniker und Vertrieber. Welche Eigenschaften und welche Kenntnisse sollten Neueinsteiger haben, wenn sie hier bestehen wollen?

Zunächst einmal sollten all diese Personengruppen sich Wissen über die Grundzüge der Musikwirtschaft aneignen. Wer dealt mit wem und auf welche Weise? Wir Musikschaffenden sind ein ernstzunehmender Industriezweig und zwar weltweit. Es werden nach wie vor hohe Umsätze generiert aus Live-Konzerten, Merchandise, CD-Veröffentlichungen, Streaming usw. Und wenn man die Mechanismen nicht kennt, kann man diese auch nicht optimal ausschöpfen.

Es gibt ja viele Wege ins professionelle Musikbusiness. Welche Wege werden denn am meisten beschritten und sind auch letztendlich erfolgreich?

Man gründet eine Band oder ist als Singer/Songwriter unterwegs oder ist Solo-Interpret(in) und versucht durch eigene Kontakte Live-Auftritte zu finden und produziert ein Album selbst. Nur führt dieser Weg oft ins Leere und in die Frustration, weil sich niemand professionell um Marketing und Vertrieb kümmert. Um im Musikbusiness die Chance auf Erfolg zu haben, benötigen wir ein Team. Dazu gehört beispielsweise ein kleines Independent Label, ein Künstleragent (Booker), der zuweilen Managementaufgaben übernehmen kann, ein

Tonstudio mit Produzent und eventuell einen Musikverlag. Und wenn dieses Team an einem Strang zieht (trotz zuweilen intern auftretender Diskussionen) und die musikalische Leistung des Acts eine konkurrenzfähige Qualität aufweist, gibt es die Aussicht sich im Markt zu etablieren.

Eine Ausbildung an einer Musikhochschule oder privaten Ausbildungsstätte ist oft das Fundament. Aber wirtschaftliche Kenntnisse werden hier oft nicht oder unzureichend vermittelt. Braucht man diese Kenntnisse, um im Musikbusiness bestehen zu können?

Unbedingt! Und dieses Fundament sollten sich im Speziellen die Musiker(innen), Interpreten und Songwriter aneignen, um den Verhandlungen mit diesen o. g. Partnerstandhalten zu können und zu vermeiden somit zuweilen übervorteilt zu werden. Wenn man also keinen „Personal Manager“ an der Seite hat, der fundiertes Wissen über die Musikbranche vorweisen kann, sollte man sich dieses Basic Know-how selbst aneignen, z. B. durch Vorträge, Fachliteratur, Seminare und Weiterbildungen. Nochmal erinnere ich an die Eigenverantwortung des Künstlers und nur mit diesem Rüstzeug kann die künstlerische Karriere zum Erfolg führen – geldlich und fürs Prestige.

Der Verband VUT (Verband unabhängiger Musikunternehmen*innen e.V.) unterstützt das Engagement der IHK Frankfurt und des Studieninstituts für Kommunikation für eine Aufbauqualifizierung „Musikfachwirte“. Können Sie sich dieser Forderung anschließen?

Dieser Meinung kann ich mich nur anschließen. Es gibt in kaum einer Branche so viele „selbsternannte

Spezialisten“ wie in der Musikbranche, da es seit Einführung der sogenannten Populärmusik keine Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten gab. Viele von uns Musikschaffenden sind deshalb Quereinsteiger. Die Aus- und Weiterbildungsbranche hat sich dieser Problematik angenommen. Mittlerweile gibt es Ausbildungen und Qualifizierungen zum Veranstaltungskaufmann/frau (IHK), Veranstaltungsfachwirt/in (IHK) und eben jetzt auch den Musikfachwirt/in (IHK) und darüber hinaus werden zahlreiche Einzel-Seminare zu verschiedenen Themenbereichen angeboten, auch vom Studieninstitut für Kommunikation.

Welche Vorteile könnte diese Qualifizierung den Absolventen bringen?

Bereits in naher Zukunft werden durch berufsbegleitende Weiterbildungen, wie dem Musikfachwirt, Skills vergleichbarer – ein deutlicher Pluspunkt für einen qualifizierten Bewerber. Zukünftig werden also diejenigen aktiv Tätigen im Musik- und Veranstaltungsbusiness, die einen qualifizierten Abschluss vorweisen können, mit Sicherheit bevorzugt werden bei der Jobsuche. Egal, ob diese Marktteilnehmer in einem Musikverlag, bei einem Label, einem Tonträgervertrieb oder bei einer Konzert- und Veranstaltungsagentur eine sozialversicherungspflichtige Anstellung suchen.

Vielen Dank, Frau Skarda für diese interessanten Ein- und Aussichten über das heutige Musikbusiness in Deutschland.



Unser Unternehmen entwickelt sich stetig weiter. Gerade in Zeiten des Wandels und Wachstums sind motivierte Mitarbeiter der entscheidende Faktor im Unternehmensalltag und für den Unternehmenserfolg. Daher ist es uns wichtig unsere Mitarbeiter zu fördern und auf diesem Weg mitzunehmen. Das tun wir u. a. mit Seminaren zu Themen wie „Resilienz“ und „interne und externe Kommunikation“. Ideal umsetzen lässt sich dies mit einem Partner wie dem Studieninstitut für Kommunikation. Ein professionelles Team mit Dozenten aus der Praxis.

Andreas Weber
Geschäftsführung expopartner GmbH

Die Mitarbeiter unserer Gemeinde Neuhof waren in Bezug auf Veranstaltungssicherheit bereits gut aufgestellt. Um in Sachen Sicherheit unsere Mitarbeiter auf höchstem Niveau zu befähigen, haben wir uns für ein 2-tägiges Inhouse Training im Bereich „Veranstaltungssicherheit“ entschieden. Zusammen mit dem Studieninstitut für Kommunikation wurden unsere Mitarbeiter befähigt in Zukunft Risiken und Gefahren zu erkennen und Maßnahmen zu ergreifen, um die Sicherheit bei Veranstaltungen und in unseren Einrichtungen zu gewährleisten. Ein gelungenes Training von dem unsere Mitarbeiter profitieren werden. Auch die nette Beratung im Vorfeld und die kompetente Betreuung nach dem Seminar waren vorbildlich und überaus engagiert.

Alfred Schiffhauer
Abteilungsleiter Gemeinde Neuhof



Unsere Kooperation mit dem Studieninstitut zur Ausbildung unseres Event-Nachwuchses trägt seit vielen Jahren Früchte. Wir schätzen den offenen, am bestmöglichen Erfolg unserer Berufseinsteiger orientierten Austausch mit dem Bildungsanbieter. Die TAS kann sich keinen besseren Ausbildungsweg in die Arbeitswelt der Live-Kommunikation wünschen.

**Sandra Fechner, Prokuristin MdG,
Finanzen & Personal**
TAS Emotional Marketing GmbH



Wir qualifizieren unsere Veranstaltungskaufleute seit Jahren ausschließlich mit dem Studieninstitut, weil wir die flexible und am Berufsalltag orientierte Ausbildungsform, mit den von erfahrenen Berufspraktikern geleiteten Seminaren und Lehrmaterialien, optimal für unsere Nachwuchsförderung nutzen können.

Volker Tolksdorf, Managing Partner
Peppermint Event GmbH



Wir schätzen die moderne Vermittlungsform am Studieninstitut, die es unseren Nachwuchskräften ergänzend und parallel zum Berufsalltag ermöglicht, ebenso hinsichtlich der Abschlussprüfungen für Veranstaltungskaufleute optimal aufgestellt zu sein. Es freut uns sehr, damit gut qualifizierte Young Professionals auf Ihrem Weg begleiten und unser Wissen weitergeben zu dürfen.

Florian Lietz, Financial Director, Prokurist
Hempfprigge GmbH



Für die Ausbildung der Veranstaltungskaufleute bei der JOKE Event AG haben wir mit dem Studieninstitut bereits vor vielen Jahren einen zuverlässigen Partner gefunden, der unseren internen Ausbildungsplan in bester Weise mit dem Bildungsangebot der Wochenendseminare und begleitenden Lehrmaterialien erweitert. Wir sind sehr zufrieden mit dieser Kombination, die es uns ermöglicht, jungen Leuten fachpraktische Fertigkeiten und Wissen vollumfänglich und nachhaltig zu vermitteln.

Rainer Knüppel, Geschäftsleitung (ppa.)
JOKE Event AG

Das Thema Marken und Marken-Kommunikation hat in den vergangenen Jahren die Messelandschaft nachhaltig verändert. Architektur und Vertrieb müssen immer wieder auf neue Ansprüche unserer Kunden reagieren. Hierzu ist ein umfangreiches Verständnis und ein zielorientiertes Wording enorm wichtig. Das Studieninstitut mit seinen Trainern steht uns als kompetenter Ansprechpartner zur Seite und wird von uns gerne weiterempfohlen!

Lukas Zimmermeyer, Marketing
DISPLAY INTERNATIONAL Schwendinger GmbH & Co. KG



Im Rahmen der Mitarbeiterqualifizierung wünschten wir uns ein Inhouse „Eventmanagement“-Training für unsere Kolleginnen und Kollegen, die Veranstaltungen organisieren und durchführen. Der Trainer vermittelte in seinem interaktiven Workshop wie ein gelungenes Event geplant wird - von der Auswahl der Leistungspartner über die Teilnehmerbetreuung bis zur Buchung der Location und des Caterings. Auch wurden praktische Checklisten erstellt, die die Teilnehmer direkt in ihrem Arbeitsalltag nutzen können. Wir sind sehr zufrieden mit der Leistung des Studieninstituts für Kommunikation und ihres Trainers.

Christine Hnevkovsky
Bayerischer Bauindustrieverband e.V.



Wir setzen auf Nachwuchsförderung. Daher freuen wir uns, mit dem Ausbildungsmodell des Studieninstituts für Veranstaltungskaufleute, unseren jungen Kollegen schon seit vielen Jahren immer wieder den Schritt ins Berufsleben praxisorientiert und gemeinschaftlich zu ermöglichen.

Astrid Pieper, Geschäftsführerin
KPP Event GmbH

KONTAKT



Stefan Arnold
Vertrieb



Andrea Bethmann
Leitung Seminar-
management



Henrik Bollmann
Mitglied der Geschäfts-
leitung, Leitung Marke-
ting/Vertrieb



Dagmar Geilen
Leitung Betriebliche
Lehrgänge und
Personalmanagement



Dirk Geilen
Leitung Bildung



Evelyn Hosang
Mitglied der Geschäfts-
leitung, Leitung
Inhouse-Trainings



Michael Hosang
Geschäftsführer



Veronika Kirsch
Betriebliche Lehrgänge
München



Eva Marie Off
Account Management



Katja Poley
Beratung



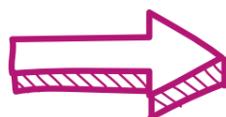
Gina Rölike
Marketing Manager



Yvonne Ünye
Teamassistenz



Petra Zimmermann
Presse- und
Öffentlichkeitsarbeit



Studieninstitut für Kommunikation GmbH

Reisholzer Werftstr. 35, 40589 Düsseldorf

Fon: +49 211/77 92 37-0

Fax: +49 211/77 92 37-27

Hotline: 0800/77 92 37-0 (bundesweit kostenfrei)

Mail: info@studieninstitut.de

Web: www.studieninstitut.de

MEETEN SIE SICH EIN!

Moderne Räume für Ihre Workshops, Meetings,
Seminare und Tagungen



- Moderne Seminarräume – von 15 qm bis 75 qm für bis zu 45 Personen
- Großzügiges Foyer mit Terrasse
- Ausstattung: Tageslicht, Verdunkelung, Beamer, Flipchart, kostenfreies WLAN etc.
- Historische Industriekulisse: attraktives Business-Areal auf ehemaligem Wertgelände im Düsseldorfer Süden
- Gute Erreichbarkeit: Autobahn- und ÖPNV-Anbindung, kostenfreie Parkplätze

Interesse? Gern erstellen wir Ihnen ein Angebot.
Hotline: 0800/77 92 37-0 (bundesweit kostenfrei)
Mail: seminarzentrum@studieninstitut.de

www.studieninstitut.de/seminarzentrum

www.studieninstitut.de



facebook.com/Studieninstitut



instagram.com/studieninstitut



twitter.com/KommInstitut



Xing-Gruppe: Studieninstitut für Kommunikation



linkedin.com/company/studieninstitut-für-kommunikation

