

**Lehrgangsbeschreibung
Diplom Event-Manager
-Österreich-**

Der Lehrgang „Diplom Event-Manager“

Der Event-Markt in Österreich boomt seit Jahren. Tagungen, Kongresse, Firmenevents, Shows, Konzerte, etc. erfordern innovative und kreative Konzepte. Dabei müssen Event-Manager sowohl theoretisches Wissen über Marketing, Kommunikation und Recht besitzen, sowie auch praktisches Erfahrungswissen.

Der Lehrgang „Diplom Event-Manager“ beruht auf dem seit über 15 Jahren bewährten Konzept des IST Studieninstituts für Kommunikation in Düsseldorf. Nach der Devise „von Praktikern für Praktiker“ sind alle Referenten Event-Profis. Sie sind Mitarbeiter/Geschäftsführer der Kooperationspartner.

Zielgruppe

Der Lehrgang richtet sich an:

- **Marketing-EntscheiderInnen und –MitarbeiterInnen,**
 - die Events veranstalten oder in Auftrag geben.
 - die das Qualitätsdiplom „**Diplom Event-Manager ESB/IST**“ anstreben.
 - die ihr Know-How updaten möchten.
- **Event- und Veranstaltungs-Praktiker,**
 - die mit dem Lehrgang ihr praktisches Wissen vertiefen.
- **Nachwuchs-Event-Mitarbeiter,**
 - die als Neueinsteiger in der Event-Branche Fuß fassen und sich praxisorientiertes Fachwissen, vermittelt durch erfahrene Praktiker, aneignen wollen.
 - die durch eine fundierte Qualifikation im Bereich Event-Management die Grundlage Ihrer Karriere legen.

Allgemeine Kursinformationen

Der fünfzehnmonatige Lehrgang „Diplom Event-Manager“ setzt sich aus Präsenzseminaren und Lehrheften zusammen.

Präsenzseminare

Als Vermittlungsform des „Diplom Event-Manager“ Lehrgangs überwiegen Präsenzseminare, die stets an Wochenenden stattfinden.

Das Thema Event ist sehr konkret. Die Präsenz eines Dozenten ist für einige Themen nicht nur wünschenswert, sondern zwingend erforderlich. Neben Fallbeispielen, dem Einsatz von verschiedenen Medien sowie Exkursionen zu den Kooperationspartnern, lassen sich Aspekte wie Konzeption und Organisation besser und direkter vermitteln. Aktuelle Fallbeispiele können besser integriert und Rückfragen direkt beantwortet werden. Die Teilnehmer haben dort die Möglichkeit, ihre Erfahrungen mit den anderen Seminarteilnehmern auszutauschen und einen Einblick in die Praxis verschiedener Unternehmen oder Eventlocations zu gewinnen.

Wo finden die einzelnen Seminare statt?

Die Seminare finden meistens Wien, Linz, Salzburg, Bregenz, respektive am Firmensitz der Kooperationspartner oder bei deren Events. Die Seminartermine und -orte stehen in der Regel ca. drei Monate vorher fest. Allerdings können sich hin und wieder Änderungen ergeben, da wir mit renommierten Kooperationspartnern zusammenarbeiten, deren volle Terminpläne Änderungen nicht ganz ausschließen lassen.

Lehrhefte

Einige Themen werden in Form von Lehrheften behandelt. Diese Vermittlungsform bietet sich besonders bei eher theoretischen Themen an. Die Lehrgangsteilnehmer erhalten zu diesen Themen vom Institut erstellte Studienhefte. In diesen Studienheften werden die Themen auf methodisch-didaktische Art aufbereitet. So werden zum Beispiel Lernkontrollfragen gestellt, deren

Lösungen der Lernende am Ende des Heftes nachschlagen kann. Auch erleichtern Praxis- und Fallbeispiele das Lernen. Darüber hinaus wird den Teilnehmern in Seminaren, die auf Lehrhefte folgen, ein kompetenter Ansprechpartner im Rahmen einer Diskussionsrunde zur Verfügung stehen.

Begleitendes Seminaraterial

Die Studenten erhalten zu jedem Seminar Skripte bzw. begleitendes Lehrmaterial.

Unterkunft und Verpflegung

Für die Unterkunft an den Wochenenden sowie das Mittagessen sind die Teilnehmer selbst verantwortlich. Im Rahmen der Schulung wird eine Kaffeepause mit Gebäck am Vormittag und Nachmittag serviert. In den 2-stündigen Mittagspausen haben die Teilnehmer die Möglichkeit, sich in einem Restaurant Ihrer Wahl zu verpflegen.

Welche Prüfungen werden abgenommen?

„Diplom Event-Manager“

Die Zwischenprüfung wird in Form einer einstündigen Klausur durchgeführt und findet am Vormittag des Seminars „Eventorganisation Praxis“ statt. Bei Nichtbestehen ist eine mündliche Ergänzungsprüfung möglich.

Als Abschlussprüfung erstellen die Seminarteilnehmer eine Event-Konzeption, die am Ende des Lehrgangs vor einer Fachkommission präsentiert und anschliessend von dieser bewertet wird. Das zu bearbeitende Thema wird etwa drei Monate vorher im Seminar „Eventorganisation Praxis“ ausgegeben. Es handelt sich immer um ein reales Event-Konzept.

Was passiert, wenn ich an einem Seminar nicht teilnehmen kann?

Grundsätzlich besteht die Möglichkeit, das betreffende Seminar sechs Monate später im Nachfolgekurs nachzuholen. Finden zwei Kurse nebeneinander statt, kann das Seminar auch im Parallelkurs besucht werden.

Arbeitsaufwand

Der Lehrgang „Diplom Event-Manager“ ist als berufsbegleitende Weiterbildung konzipiert. In der Regel sind 2 Tage pro Monat als Zeitbudget zu veranschlagen. Die Abschluss-Arbeit (inkl. Präsentation) erfordert zusätzlich einen Aufwand von 8-14 Tagen.

Kosten und Vergünstigungen

Die Gesamtgebühr des Kurses beläuft sich auf EUR 4350.-. Eine monatliche Raten-Zahlung ist möglich (15 X EUR 290.-).

- Eingeschränkte Arbeitsfähigkeit
Studenten und Arbeitslose erhalten die ermässigte Studiengebühr von EUR 230.- anstelle von EUR 290.-. Es ist jeweils ein entsprechendes Dokument vorzulegen.
- Doppelanmeldung für den Eventmanagement Basic und „Diplom Event Manager“ Kurs:
Bei einer Doppelanmeldung für den Event-Management Basic und nachfolgenden „Diplom Event-Manager“ Lehrgang, wird bei Antritt des Diplom-Kurses eine Monats-Rate (EUR 290.-) der Studiengebühr erlassen.
- Onlinegestützte Variante
Teilnehmer, die nur den E-Mailverkehr wünschen und sich alle Lehrgangsunterlagen selber ausdrucken, bekommen eine Monats-Rate (EUR 290.-) gutgeschrieben.
- Gruppen-Ermässigung:
Melden sich mehrere Personen miteinander an, so erhalten sie bei gleichzeitiger Buchung ab 3 Personen 7% Ermässigung.
- Einmalzahlung:
Wird der Gesamtbetrag des Lehrganges „Diplom Event-Manager“ auf einmal komplett einbezahlt erhält der/die TeilnehmerIn einen Rabatt von 5% auf die Gesamtsumme. Wird die Summe in zwei Raten komplett bezahlt erhält der/die TeilnehmerIn einen Rabatt von 2% auf die Gesamtsumme.

Hinzu kommt eine einmalige Prüfungsgebühr für die Abschlussprüfung in Höhe von EUR 180.- welche nach absolvieren dieser den Teilnehmern in Rechnung gestellt wird.

Ansprechpartner / Lehrgangsbetreuer

Susanne Rahofer - Organisation, Betreuung und Förderungen
 Event Marketing Service GmbH
 M: +43 (0)664/ 88 49 8001 (vormittags)
ema@event-marketing.com

Kooperationspartner

Zur Umsetzung der Weiterbildung stehen uns namhafte Kooperationspartner zur Seite. Die Partner unterstützen den Lehrgang dadurch, dass sie ein oder mehrere Seminare an ihrem Firmensitz durchführen und/oder über ihre Arbeit und Erfahrung berichten.

 <p>Zaechel Germany EVENTS + HOSPITALITY</p>	<p>Ob Hospitality Production, Events, Travel-Management, Guest-Management, oder Marketing Implementation, die Zächel Germany bietet Ihnen ein Full-Service-Angebot.</p> <p>www.zaechel.de</p>
	<p>1987 wird die WWP gegründet. Was im Schnee beginnt, wächst seit mehr als 20 Jahren über den „Pistenrand“ hinaus. Internationale Projekte auf Kommunikationsplattformen, die weltweit präsent sind, zeichnen WWP aus. Das Herzstück des Unternehmens bildet nach wie vor die Leidenschaft zum Sport.</p>
	<p>DocLX ist als Idee in einem Meidlinger Keller (U4) entstanden und hat von dort mit zielgruppenspezifischen, trendigen und den Punkt der Zeit treffenden Eventprodukten den Markt erobert. Aus einer auf B2C Events spezialisierten Agentur entwickelte sich die größte österreichische Full Service Agentur für B2B Events, Incentives, Promotions, Roadshows, Händlertagungen und Messen.</p>
 <p>WISSENSCHAFTS- UND TECHNOLOGIEPARK</p>	<p>Moderne Architektur, professionelle Betreuung gestützt von State of the Art Equipment, gewährleisten nahezu perfekte Rahmenbedingungen. ~ 2.000 m² multifunktionale Veranstaltungsflächen » modernste multimediale Infrastruktur</p>
	<p>Das Festspiel- und Kongresszentrum der Bodenseeregion! Ausgezeichnet mit dem APEX-Award als eines der 3 besten Kongresszentren der Welt.</p>
	<p>Die Stieglbrauerei gehört zu Salzburg wie Mozart oder die Festspiele und ist eine der ältesten Brauereien in Österreich. Neben dem qualitativen Anspruch spielt eine innovative und konsequente Marken- und Produktführung die Hauptrolle bei der Marke mit der roten Stiege.</p>

Lehrgangsübersicht

Die Seminare finden in der Regel am Wochenende Samstag/Sonntag von 09.00 bis 17.00 Uhr statt. Zu jedem Seminar gibt es ausführliche Unterlagen.

Der Lehrgang „Diplom Event-Manager“ startet jeweils im April und Oktober.

Lehrgangsübersicht „Diplom Event-Manager“		
M 1	Event-Grundlagen <ul style="list-style-type: none"> • Grundbegriffe, Definitionen • Veranstaltungsarten • Marketinggrundlagen • Arbeitsweise von Eventagenturen 	Präsenzseminar
M 2	Eventkonzeption <ul style="list-style-type: none"> • Konzepterstellung • Recherche • Präsentation 	Präsenzseminar
M 3	Event-Marketing <ul style="list-style-type: none"> • Marktanalyse • Zielgruppenbestimmung • Strategieentwicklung 	Lehrheft
M 4	Eventorganisation Praxis <ul style="list-style-type: none"> • Zeitplanung • Personalplanung /-abläufe 	Präsenzseminar
M 5	Strategische Planung <ul style="list-style-type: none"> • Marktstruktur • Spezialisierungsarten • Marktforschung • Implementierung und Kontrolle 	Lehrheft
M 6	Medien- und Öffentlichkeitsarbeit <ul style="list-style-type: none"> • Mailings • Pressemitteilung • Pressekonferenzen • Umgang mit Journalisten 	Präsenzseminar
M 7	Finanzen <ul style="list-style-type: none"> • Kostenarten • Budgetkontrolle 	Lehrheft
M 8	So findet man Sponsoren <ul style="list-style-type: none"> • attraktive Angebote und Konzepte für Sponsoren • Planung und Umsetzung des Akquisitionsprozesses • Sponsorengewinnung am Telefon, per Brief und im persönlichen Gespräch 	Präsenzseminar
M 9	Bewertung und Wertsteigerung von Sponsoring-Paketen <ul style="list-style-type: none"> • Methoden zur Bewertung von Sponsoring-Paketen • Bewertung von Werbeleistungen, direkte Eventkontakte und Produkt-Kontakte • Wege zur Wertsteigerung von Sponsoring-Paketen 	Präsenzseminar
M 10	Eventorganisation 1 <ul style="list-style-type: none"> • Location • Ablauflogistik • Sicherheit 	Lehrheft

Lehrgangsübersicht „Diplom Event-Manager“		
M 11	Eventinszenierung <ul style="list-style-type: none"> • Dramaturgische Aspekte • Äußere Bauten-Innerer Handlungsrahmen • Spannungsaufbau • Event-Inszenierung 	Präsenzseminar
M 12	Recht und Steuern <ul style="list-style-type: none"> • Vertragswesen • Veranstaltungsrecht • Urheberrecht • Haftungsfragen 	Lehrheft
M 13	Eventorganisation 2 <ul style="list-style-type: none"> • Technik • Catering • Planungen / -abläufe 	Lehrheft
M 14	Präsentation und Moderation <ul style="list-style-type: none"> • Sitzungen, Konferenzen und Gespräche effizient und überzeugend leiten und moderieren • Redesicherheit gewinnen • Vorbereitung von Reden und Vorträgen optimieren • Erarbeitung von Überzeugungen, die zu einer starken Moderation führen 	Präsenzseminar
M 15	Erfolgskontrolle und Nachbereitung <ul style="list-style-type: none"> • Effizienzkontrolle • Messinstrumente • Messprobleme • Dokumentation 	Lehrheft

Modul 1: Event-Grundlagen (Präsenzseminar)

Die Einführungsveranstaltung gibt einen Überblick über die Geschichte der Events, deren Erscheinungsformen, Ausprägungen und Berufsfelder. Der didaktische Schwerpunkt wird auf die Definition von Event-Zielen gelegt. Die Teilnehmer erarbeiten sich das grundlegende Know-How, um Briefings (Zielfestlegungen) mit Auftraggeber und Dienstleistern durchführen zu können.

Inhalte:

- **Auf dem Weg zur Erlebnisgesellschaft: Warum Events immer mehr Bedeutung im Marketing bekommen.**
- **Vom Veranstaltungsmanagement zum Eventmarketing**
 - Event als Marketing-Instrument
 - Was kann ein Event erreichen, wen kann ein Event erreichen?
- **Was ist Event?**
 - Definition, Ausprägungen und Erscheinungsformen
 - Stellenwert im Kommunikations-Mix
- **Eventmanager**
 - Das Berufsbild
 - Die Berufschancen
 - Wer macht Events?
 - Agenturen und Eventspezialisten
- **Briefing als Form der Zieldefinition von Events**

Lernziele:

- ⇒ Sie erfahren den gesellschaftlichen Zusammenhang, in dem Events stattfinden;
- ⇒ Einen Überblick über die Branche gewinnen;
- ⇒ Perspektiven für die eigene berufliche Laufbahn entwickeln.

Modul 2: Eventkonzeption (Präsenzseminar)

Das Konzept ist der wichtigste Baustein eines Events; es entscheidet über Auftragserteilung und Erfolg. Ideenfindung, Recherche, Verfassen und Visualisieren eines Konzeptes sowie die Präsentation sind die im Einzelnen zu beherrschenden Schritte.

Inhalte:

- **Briefing**
 - Event-Ziel
 - Zielgruppe
 - Zieldefinition
- **Ideenfindung**
 - Kreativitätstechniken
- **Recherche**
 - Verfügbarkeit von Ressourcen
 - Umsetzbarkeit
- **Konzept**
- **Kosten und Termine**
- **Präsentation**
 - Entscheidung

Lernziele:

- ⇒ Kreativitätstechniken;
- ⇒ Erfordernisse an Konzepte;
- ⇒ Präsentation und Entscheidung.

Modul 3: Eventmarketing (Lehrheft)

Anders als eine Kulturveranstaltung oder ein Sportereignis ist ein Marketing-Event ein Werbeinstrument, eingebettet in eine Kombination anderer Maßnahmen. Ohne strategisches Denken und Grundkenntnisse im Marketing ist ein Event meistens nur zufällig erfolgreich.

Unternehmen, die sich für Events als Kommunikationsmaßnahme entscheiden, benötigen kompetente Ansprechpartner, welche die von ihnen verfolgten Marketing-Ziele verstehen und erfolgreich in Strategien und Maßnahmen umsetzen. Darüber hinaus benötigt jedes Event auch wieder ein Marketing, um die gewünschte Zielgruppe als Besucher anzusprechen.

Inhalte:

- Marketing-Mix
- Kommunikations-Mix
- Marketing-Analyse
- Zielgruppenbestimmung
- Strategieentwicklung

Lernziele:

- ⇒ Aneignen eines fundierten Wissens über die Grundlagen des Marketing;
- ⇒ Lernen, Ziele zu definieren;
- ⇒ Lernen, Strategien zur Umsetzung zu entwerfen;
- ⇒ Lernen, Maßnahmen zur Realisierung zu entwerfen, abzuwägen und zu entscheiden.

Modul 4: Eventorganisation Praxis (Präsenzseminar)

Das schönste Konzept scheitert, wenn es nicht professionell umgesetzt wird. Dazu sind neben Organisationstalent zahlreiche Fertigkeiten und Kenntnisse erforderlich.

Inhalte:

- **Organisation**
 - Stabbildung
 - Projektmanagement
 - Ressourcen
- **Ablaufplanung**
- **Personal**
 - Auswahl
 - Qualifikation, Training, Qualifizierung

Lernziele:

- ⇒ Organisationsstrukturen aufzubauen und zu durchschauen;
- ⇒ Checklisten und Ablaufpläne zu erstellen;
- ⇒ Personaleinsätze zu planen und Mitarbeiter richtig einzusetzen.

Modul 5: Strategische Planung (Lehrheft)

Kommunikationsstrategie, Zielgruppenfokussierung sowie Marktforschung müssen – vor dem Hintergrund der immensen Budget-/Etatverantwortung – mehr und mehr in die planerischen Überlegungen der Agenturen mit einbezogen werden.

Inhalte:

- Marktstruktur
- Spezialisierungsarten (Markt, Produkt- und Zielgruppe)
- Marktforschung

- Implementierung und Kontrolle

Lernziele:

- ⇒ fundiertes Wissen über die Grundlagen der strategischen Planung und Ausrichtung;
- ⇒ Marktforschungsinstrumente bewerten und einsetzen können;
- ⇒ Interdisziplinarität der einzelnen Partner.

Modul 6: Medien- und Öffentlichkeitsarbeit (Präsenzseminar)

Ohne Werbung und PR findet ein Event vor leeren Stühlen statt. Deshalb muss es umworben werden - wie und womit hängt von der konkreten Maßnahme ab. Das Seminar gibt einen Überblick über die Möglichkeiten im Bereich Werbung, PR und Kommunikation für Events.

Inhalte:

- **Kommunikation**
 - Werbung
 - PR
 - Pressemitteilungen
 - Pressekonferenz
 - Umgang mit Journalisten
- **Direkt-Marketing**
 - Mailings

Lernziele:

- ⇒ Lernen, Kommunikationsmaßnahmen zu konzipieren;
- ⇒ Entscheidungskriterien für die Auswahl von Maßnahmen finden;
- ⇒ Lernen, wie man Werbung effektiv gestaltet;
- ⇒ Lernen, wie man mit Journalisten umgeht.

Modul 7: Finanzen (Lehrheft)

Der Eventmanager verwaltet häufig die Event-Etats seiner Kunden. Um Angebote und Konzepte mit einem Roh-Budget für Kunden als solide Entscheidungsgrundlage erstellen zu können und diese auch im hektischen Event-Ablauf noch zu kontrollieren und zu steuern, benötigt der Eventmanager Kenntnisse und Fertigkeiten in den Bereichen BWL, Kalkulation und Kontrolle. Darüber hinaus müssen zahlreiche steuerliche Aspekte berücksichtigt, die verschiedenen Kostenarten im Überblick behalten und auch Finanzierungswege wie Sponsoring oder öffentliche Zuschüsse gesucht werden.

Inhalte:

- **Grundlagen BWL**
 - Kostenrechnung
 - Finanzierung
- **Finanzierung**
 - Auftraggeber
 - Joint-Event
 - Sponsoring
 - Co-Sponsoring
 - Zuschüsse
 - Refinanzierung über Eintrittsgelder
- **Finanzplanung und Kontrolle**
 - Kalkulation
 - Kostenarten
 - Budget-Verantwortung
 - Budget-Kontrolle
- **Steuern**
 - Ausländersteuer
 - Mehrwertsteuer
 - Umsatzsteuer
 - Gewerbesteuer

Lernziele:

- ⇒ Lernen, Kosten zu kalkulieren sowie Budgets zu erstellen und zu steuern;
- ⇒ Lernen, Finanzierungswege zu suchen und auszuwählen.

Modul 8: So findet man Sponsoren (Präsenzseminar)

Die Sponsoren-Akquisition ist eine zentrale Aufgabe von Sponsoring-Managern, die für Agenturen und Rechteinhaber arbeiten. Dabei kommt es sowohl auf die Methodik, als auch auf Inhalte und Konzepte des Sponsoring-Angebots an.

Inhalte:

- Was interessiert einen potentiellen Sponsor?
- Warum betreiben Unternehmen Sponsoring?
- Attraktive Angebote für Sponsoren
- Werbe- und Medialeistungen
- Der Business-Club der Sponsoren
- Welche steuerlichen und vertraglichen Aspekte sind zu beachten?
- Systematisches Vorgehen und Wissenswertes zur Konzepterstellung allgemein
- Wie Sie erfolgreiche Konzepte erstellen und diese bei Sponsoren präsentieren
- Das Sponsoring-Konzept im Detail
- Der Wert der eigenen Sponsoringangebote
- Wie funktioniert die Sponsorengewinnung per Telefon, per Brief und im persönlichen Gespräch?

Lernziele:

- ⇒ Angebote & Konzepte die für Sponsoren attraktiv sind kennen lernen;
- ⇒ Planung und Umsetzung des Akquisitionsprozesses;
- ⇒ Sponsorengewinnung am Telefon, per Brief und im persönlichen Gespräch.

Modul 9: Bewertung und Wertsteigerung von Sponsoring-Paketen (Präsenzseminar)

Eine der zentralen Fragen jeder Sponsoring-Partnerschaft ist die Bewertung der Leistungen. Im professionellen Sponsoring richten sich die Sponsoring-Preise ja nicht nach einer benötigten Geldsumme, sondern nach dem Gegenleistungs-Äquivalent. Das Seminar zeigt auf, welche Bewertungsmethoden bekannt sind und wie sie für Sponsoren wie für Rechteinhaber angewendet werden können.

Inhalte:**Methoden zur Bewertung von Sponsoring-Paketen**

- IEG Valuation Service
- Werbewertberechnung gemäss IFM Medienanalyse
- FASPO Sponsoring-Konventionen
- Sponsor-Meter Schweiz

Die Bestandteile eines Sponsoring-Angebotes

- Gliederung von Sponsoring-Angeboten
- Persönliche Begegnung (Gästeprogramm, Incentives etc.)
- Werbeleistungen über Medien (Fernsehen, Print, Radio, Aussenwerbung, Internet)
- Werbeleistungen bei der Veranstaltung
- Produktpräsentation und Verkaufsförderung

Wege zur Wertsteigerung von Sponsoring-Paketen

- Exklusivität
- Sichtbarkeit und Erkennbarkeit
- Erfolgskontrolle als Teil der Sponsoring-Leistung
- Rechteverwertung
- Club der Sponsoren und Förderer

Lernziele:

- ⇒ Methoden zur Bewertung von Sponsoring-Paketen

- ⇒ Bewertung von Werbeleistungen, direkte Eventkontakte und Produkt-Kontakte;
- ⇒ Wege zur Wertsteigerung von Sponsoring-Paketen.

Modul 10: Eventorganisation 1 (Lehrheft)

Es gilt: je exotischer die Location, desto aufwendiger ist es, eine Infrastruktur zu schaffen, die nicht zuletzt auch eine optimale Bewirtschaftung (Catering) gewährleistet. Sie erhalten einen Einblick in Angebotserstellung, Planung und Durchführung eines Location-Entscheidendes im Rahmen unterschiedlicher Veranstaltungen.

Auch die Sicherheit ist ein Aspekt, bei dem zahlreiche Vorschriften zu beachten sind. In vielen Räumen ist die benötigte Veranstaltungs- und Gastronomietechnik nur teilweise vorhanden. Zum Gelingen des Events müssen die entsprechenden Effekte, Medien und Anlagen rechtzeitig angemietet werden.

Inhalte:

- **Location**
 - Lage
 - Räume
- **Logistik**
 - Anschlüsse
 - Kommunikation
 - Verkehrsanbindung
- **Sicherheit**
 - Arbeitssicherheit
 - Besuchersicherheit
 - Security

Lernziele:

- ⇒ Sicherheitsaspekte und Vorschriften kennen lernen.
- ⇒ Lernen, die wichtigsten Aspekte bei der Buchung von Locations zu berücksichtigen
- ⇒ Lernen, Ablaufpläne zu erstellen

Modul 11: Eventinszenierung (Präsenzseminar)

Nach dem das Handwerkszeug der Event-Konzeption bereits vermittelt wurde, steht in dieser Einheit der inszenatorische Aspekt im Mittelpunkt. Vor dem Hintergrund des Spannungsaufbaus/ - bogens werden die einzelnen Event-Bauteile zusammengefügt um dann als perfekte Event-Inszenierung überzeugen zu können.

Inhalte:

- **Dramaturgische Aspekte**
- **Äußere Bauten - Innerer Handlungsrahmen**
- **Spannungsaufbau**
- **Event-Inszenierung/Szenische Mittel**
 - Teilnehmer
 - Show/Acts
 - Moderatoren
 - Referenten
 - Ort/Location/Destination
 - Design
 - Ton
 - Licht
 - Medieneinsatz
 - Bühnenbild/Dekoration
 - Zeitpunkt und Zeitraum

Lernziele:

- ⇒ Stellenwert der Event-Inszenierung
- ⇒ Entwicklung Dramaturgischer Spannungsbögen
- ⇒ Verfassen von Regieplänen
- ⇒ Synergetischer Einsatz von szenischen Mitteln

Modul 12: Recht und Steuern (Lehrheft)

Events haben komplexe Planungs- und Ablaufstrukturen. Vielfältige Geschäftsbeziehungen zu Partnern und Dienstleistern sind zu regeln. Verträge sind zu schließen, die für alle Vertragsparteien fair, im Krisenfall aber auch sicher sein müssen. Der Eventmanager muss sich selbst, seine Kunden und die Event-Teilnehmer vor wirtschaftlichen und anderen Schäden schützen. Daher sind Grundkenntnisse des Vertrags- und Veranstaltungsrechts unumgänglich. Außerdem sind Steuer- und Urheberrecht einzubeziehen.

Inhalte:

- **Wahl der Rechtsform**
- **Vertragsrecht**
 - Mietvertrag/Pachtvertrag
 - Sponsoringvertrag
- **Genehmigungen**
- **Haftung/Versicherungen**
- **Grundlagen Urheber- und Wettbewerbsrecht**
- **Grundlagen Arbeitsrecht**
- **Grundlagen Steuerrecht**
 - Umsatzsteuer
 - Quellensteuer
 - Mehrwertsteuer

Lernziele:

- ⇒ Lernen, Verträge und ihre Risiken zu beurteilen;

- ⇒ Sich Grundkenntnisse über das Urheber- und Steuerrecht aneignen;
- ⇒ Sich Kenntnisse über Haftungsfragen und Versicherungen aneignen.

Modul 13: Eventorganisation 2 (Lehrheft)

Zahlreiche technische Faktoren spielen bei einem Event eine zentrale Rolle. Dies beginnt schon bei den Räumlichkeiten und der notwendigen Veranstaltungstechnik. So kann beispielsweise eine Lasershow ohne Wasseranschluss kaum stattfinden. Sie erhalten weiterhin einen Einblick in Angebotserstellung, Planung und Durchführung eines Caterings im Rahmen unterschiedlicher Veranstaltungen.

Inhalte:

- **Technik**
 - Audio, Licht, AV, Medien
- **Catering**
- **Planungen / -abläufe**

Lernziele:

- ⇒ Grundkenntnisse der Veranstaltungstechnik erwerben;

- ⇒ In Verhandlungen und Koordinierungsgesprächen mit Dienstleistern Umfang und Qualität von Angeboten erkennen;
- ⇒ Lernen, als kompetenter Ansprechpartner für den Caterer aufzutreten;
- ⇒ Ablaufplan und Umgang mit Künstlern.

Modul 14: Präsentation und Moderation (Präsenzseminar)

Die Präsentation des Event-Konzeptes vor dem Kunden – Herausforderung oder Fluch? In diesem Seminar ist die Wirkung der Persönlichkeit ein Schwerpunktthema, d.h. die eigenen Möglichkeiten und Fähigkeiten sollen effektiver und wirkungsvoller zur Geltung kommen.

Inhalte:

- Sitzungen, Konferenzen und Gespräche effizient und überzeugend leiten und moderieren
- Redesicherheit gewinnen
- Vorbereitung von Reden und Vorträgen optimieren
- Erarbeitung von Überzeugungen, die zu einer starken Moderation führen

Lernziele:

- ⇒ Abbau von inneren Spannungen während einer Präsentation/ Moderation;
- ⇒ Lerntechniken gezielt einsetzen;
- ⇒ Argumentationshilfen verwenden.
- ⇒ Abbau von Ängsten

Modul 15: Erfolgskontrolle und Nachbereitung (Lehrheft)

Erfolgs- und Wirkungskontrolle sind Bestandteile eines Events. Das Lehrheft soll einen Beitrag dazu liefern, welche realistischen Kriterien zwischen Kunden und Eventmanager festgelegt werden können.

Darüber hinaus ist ein Event nach der Veranstaltung noch nicht beendet. Dokumentationen sind zu erstellen, einmal für den Kunden, eventuell für den Teilnehmer oder Gast, auf jeden Fall für den Eventmanager als Referenz. Sogenannte Follow-ups sind eigentlich schon wieder der Beginn für ein neues Event.

Inhalte:

- **Erfolgskontrolle**
- **Wirkungskontrolle**
- **Messbarkeit**
- **Instrumente**
- **Nachbereitung**
 - Follow-ups
 - Dokumentation
 - Print
 - Video

Lernziele:

- ⇒ Lernen, mit ihren späteren Kunden Erfolgs- und Wirkungskontrollen festzulegen, durchzuführen und auszuwerten;
- ⇒ Möglichkeiten der Nachbereitung kennen lernen.

Lehrgangsabschluss

Voraussetzung für den erfolgreichen Abschluss des Lehrgangs sind die regelmässige Teilnahme an den Seminaren (mind. neun von zehn Seminaren), das Bestehen der Zwischenprüfung sowie die Erarbeitung und Präsentation einer Event-Konzeption am Ende des Lehrgangs.

Die Präsentation erfolgt vor einer Prüfungskommission bestehend aus 2-3 Mitgliedern (Dozenten und andere Eventmanagement-Experten). Das schriftliche Konzept wird zusätzlich von einem weiteren Gutachter gelesen und benotet.

Die Absolventen erhalten das Diplom

„Diplom Event-Manager/in ESB/IST“

Terminübersicht: Kurs Mai 2010		
M 1	Event-Grundlagen (Präsenzseminar)	08./09. Mai 2010
M 2	Eventkonzeption (Präsenzseminar)	29./30. Mai 2010
M 3	Event-Marketing (Lehrheft)	Juli 2010
M 4	Eventorganisation Praxis (Präsenzseminar)	21./22. August 2010
M 5	Strategische Planung (Lehrheft)	September 2010
M 6	Medien- und Öffentlichkeitsarbeit (Präsenzseminar)	16./17. Oktober 2010
M 7	Finanzen (Lehrheft)	November 2010
M 8	So findet man Sponsoren (Präsenzseminar)	Dezember 2010
M 9	Bewertung und Wertsteigerung von Sponsoring-Paketen (Präsenzseminar)	Dezember 2010
M 10	Eventorganisation 1 (Lehrheft)	Jänner 2011
M 11	Eventinszenierung (Präsenzseminar)	Jänner 2011
M 12	Recht und Steuern (Lehrheft)	Februar 2011
M 13	Eventorganisation 2 (Lehrheft)	März 2011
M 14	Präsentation und Moderation (Präsenzseminar)	April 2011
M 15	Erfolgskontrolle (Lehrheft)	Mai 2011