

# Praxiskontakt Messen

Teil 5

Berufsorientierung

# **Praxiskontakt Messen**

**Ausbildungsberufe in der Messe- und Veranstaltungswirtschaft**

**Autoren:**

Prof. Dr. Rudolf Schröder

Beate Faulborn

Tina Fletemeyer

Rebecca Lembke

(Institut für Ökonomische Bildung Oldenburg)



Das Projekt „Praxiskontakt Messen“ wird in Kooperation zwischen dem Institut für Ökonomische Bildung an der Carl von Ossietzky Universität Oldenburg und dem Institut der Deutschen Messewirtschaft im AUMA e. V., Berlin durchgeführt.

Weitere Partner:

Messe Berlin GmbH, Berlin

Quelle Titelbild: HansePferd Hamburg, 2018, Hamburg Messe und Congress GmbH/  
Michael Zapf

1. Auflage, Oldenburg/Berlin, Mai 2018

© 2018 Institut für Ökonomische Bildung, Oldenburg ([www.ioeb.de](http://www.ioeb.de))

Anschrift: Bismarckstraße 31, 26122 Oldenburg

© 2018 AUMA Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e. V.  
([www.auma.de](http://www.auma.de))

Anschrift: Littenstr. 9, 10179 Berlin

Das Werk und seine Teile sind urheberrechtlich geschützt.

Auf verschiedenen Seiten dieses Heftes befinden sich Verweise (Links) auf Internet-Adressen. Haftungshinweis: Trotz sorgfältiger inhaltlicher Kontrolle wird die Haftung für die Inhalte der externen Seiten ausgeschlossen. Für den Inhalt der externen Seiten sind ausschließlich deren Betreiber verantwortlich. Sollten Sie bei dem angegebenen Inhalt des Anbieters dieser Seite auf kostenpflichtige, illegale oder anstößige Inhalte treffen, so bedauern wir dies ausdrücklich und bitten Sie, uns umgehend per E-Mail davon in Kenntnis zu setzen, damit beim Nachdruck der Verweis gelöscht wird.

## Inhalt

Praxiskontakt Messen .....	1
Fachdidaktische Intention .....	1
Fachdidaktische Prinzipien .....	1
1. Einführung .....	2
2. Lehrerhandreichung .....	3
2.1 Einordnung der Unterrichtseinheit .....	3
2.2 Kompetenzen.....	4
2.3 Fachwissenschaftliche Hinweise.....	5
2.3.1 Grundlagen .....	5
2.3.2 Schwerpunkt „Messen“ .....	6
2.4 Unterrichtsverlauf .....	10
2.5 Literatur .....	12
3. Unterrichtsmaterialien.....	13
M1: Messen als Schaufenster der Wirtschaft .....	14
M2: Messegestaltung - viele Berufe sind gefragt! .....	16
M3: Duales Ausbildungssystem .....	18
M4: Einflüsse von Trends auf die Arbeitswelt in der Messewirtschaft. ....	20
M5: Alles im Wandel - Berufe entstehen neu oder modernisieren sich.....	24
M6: Studieren ohne Abitur - aber mit Berufsausbildung .....	25
M7: Mit der Weiterbildung zum Bachelor-Niveau.....	27
M8: Studienangebote in der Messewirtschaft .....	29
M9: Der persönliche Weg in die Messelandschaft .....	31

## Fachdidaktische Intention

Die „Öffnung von Schule“ gilt heute in vielerlei Hinsicht als bildungswirksam. Der Bezug zur außerschulischen Praxis und der Lernortwechsel können ein selbstständiges, eigenaktives und kooperatives Lernen ermöglichen, und zwar in Auseinandersetzung mit ergebnisoffenen und authentischen Problemen. Nur dann, wenn Schule systematisch Bezüge zwischen theoretischem Lernen und lebenspraktischen Erfahrungen herstellt, können Kinder und Jugendliche anwendungsbezogene und transferfähige Kompetenzen erlangen. Für die ökonomische Bildung impliziert dies, Praxiskontakte zwischen Schule und Wirtschaft zu realisieren und in den Wirtschaftsunterricht einzubetten.

## Fachdidaktische Prinzipien

- **Theorie-Praxis-Synthese:**  
Das zentrale Ziel des Praxiskontaktes „Messen“ ist die systematische Verknüpfung von Theorie und Praxis. Die Materialien sind dazu geeignet, die Schülererfahrungen und -beobachtungen aus dem Praxiskontakt in übergeordnete Sach- und Sinnzusammenhänge einzubetten.
- **Exemplarität:**  
Am Beispiel „Messen“ können Kinder und Jugendliche Grundlegendes, Typisches und Strukturelles über die Wirtschafts- und Arbeitswelt erfahren. Dieses Heft dient dazu, Grundstrukturen der Arbeitswelt lebensnah erfahrbar werden zu lassen.
- **Problemorientierung:**  
Der Praxiskontakt „Messen“ beschränkt sich nicht auf die Besichtigung von Messen, sondern dient als Vehikel für den handlungsorientierten Erwerb von Wissen, das für das Verständnis der Wirtschafts- und Arbeitswelt sowie die Berufsorientierung relevant ist.
- **Kompetenzorientierung:**  
Durch die systematische Verzahnung von aktiver Wissensaneignung und -anwendung wird der Aufbau grundlegender ökonomischer Kompetenzen und Berufswahlkompetenzen ermöglicht. In den Hinweisen zu den Unterrichtsmaterialien sind allgemeine ökonomische Kompetenzbereiche und konkrete Teilkompetenzen aufgeführt, zu deren Erwerb dieses Heft beitragen kann.

## 1. Einführung

Messen sind für Unternehmen ein wichtiges Instrument der Kommunikationspolitik, um einerseits eigene Produkte und Dienstleistungen vorzustellen und sich andererseits über Branchentrends und die Konkurrenz zu informieren. Deutschland ist der weltweit führende Messestandort: Wichtige international führende Messen - man denke beispielsweise an die CE-BIT, IAA, IFA oder HANNOVERMESSE- finden in Deutschland statt. Zugleich richten deutsche Messegesellschaften jährlich rund 300 Messen im Ausland aus und unterstützen insbesondere klein- und mittelständische Unternehmen bei der Erschließung ausländischer Märkte.

Die Konzeption und Organisation von Messen wird von Messeveranstaltern übernommen. Darüber hinaus wirken zahlreiche weitere Unternehmen mit, die beispielsweise das Design und den Aufbau der Stände, die Logistik oder das Catering übernehmen. Die Ausrichtung der Messen sichert in Deutschland rund 231.000 Arbeitsplätze. Hinzu kommen weitere Beschäftigungseffekte z. B. bei regionalen Taxiunternehmen, Flughäfen oder Hotels. Folglich können in der deutschen Messewirtschaft sehr unterschiedliche Berufe erlernt und ausgeübt werden. Zugleich ist die Messewirtschaft ein sehr gutes Beispiel, um Schülern die Vielfalt der Ausbildungsberufe in unterschiedlichen Berufsfeldern nahezubringen.

Die vorliegende Einheit stellt ein Angebot für Lehrkräfte für die Jahrgangsstufen 9 und 10 dar und kann ggf. auch in der Orientierungsstufe der gymnasialen Oberstufe eingesetzt werden, um die berufliche Orientierung sowie ökonomische Einsichten zu fördern. Dabei werden wesentliche Erkenntnisse mithilfe grundlegender Materialien erarbeitet und mit Beispielen aus dem Bereich der Messe- und Veranstaltungswirtschaft - im Sinne einer systematischen Verknüpfung von Theorie und Praxis - veranschaulicht. Die Beschäftigung mit den Ausbildungsberufen in der Messewirtschaft unterstützt die Einblicke in die Arbeitswelt und den Berufsorientierungsprozess, weil exemplarisch

- Megatrends in der Arbeitswelt (insbesondere die Globalisierung),
  - die Vielfalt an Ausbildungsberufen in unterschiedlichen Berufsfeldern sowie
  - die vielfältigen Anforderungen und Perspektiven innerhalb der Ausbildungsberufe
- erschlossen werden. Darüber hinaus werden Karriereperspektiven auf der Basis einer Berufsausbildung dargestellt.

## 2. Lehrerhandreichung

### 2.1 Einordnung der Unterrichtseinheit

Die vorliegende Einheit ist für die Jahrgangsstufen 9 und 10 konzipiert und kann ggf. auch in der Orientierungsstufe der gymnasialen Oberstufe eingesetzt werden. Je nach Lernvoraussetzungen der Schülerinnen und Schüler sind für die Durchführung sechs bis zehn Unterrichtsstunden zu kalkulieren.

Die Materialien können als Gesamtheit in der vorgeschlagenen Reihenfolge erarbeitet werden. Es ist aber auch möglich, einzelne Materialien zur Ergänzung bestehender Unterrichtseinheiten einzusetzen. Die Aufgabenformulierungen stellen lediglich Bearbeitungsvorschläge dar und können selbstverständlich - je nach eigener Zielsetzung - verändert und ergänzt werden. Die gewählte Thematik ist - je nach Lehrplan - in den Inhaltsbereichen „Unternehmen“ und/oder „Berufsorientierung“ angesiedelt. Für die Realisierung dieses Heftes bietet sich außerdem ein Praxiskontakt an.

Themen mit Bezug zu Unternehmen sowie der Arbeits- und Wirtschaftswelt sind in den meisten Lehrplänen der Bundesländer für wirtschaftliche Fächer enthalten. Zudem soll in allen Bundesländern die Berufsorientierung in den Schulformen der Sekundarstufe I gefördert werden (vgl. Schröder 2015).

Die Unterrichtseinheit teilt sich dabei grob in drei Komplexe:

In M1 erfolgt zunächst eine grundlegende Einführung in die

- Bedeutung der Messewirtschaft.

Gegenstand von M2 - M5 ist die Ausbildung in der Messewirtschaft. Dies betrifft

- die Vielfalt der Ausbildungsberufe in der Messewirtschaft,
- die generellen Grundlagen des dualen Ausbildungssystems,
- wichtige Trends in der Messewirtschaft,
- die neuen Anforderungen an die Berufstätigen in der Messewirtschaft sowie
- die Messeberufe im Wandel.

In M6 - M9 werden die beruflichen Wege in und innerhalb der Messewirtschaft thematisiert. Dies umfasst

- die Fortbildungsmöglichkeiten und Studiengänge in der Messewirtschaft,
- die Möglichkeiten zur Aufnahme eines Studiums auf der Basis einer Berufsausbildung,
- die Wege nach einer Ausbildung in der Messewirtschaft inklusive wichtiger Studienangebote und
- die möglichen Wege zum beruflichen Einstieg in die Messewirtschaft.



## 2.2 Kompetenzen

Die zu erwerbenden Kompetenzen beziehen sich auf drei Kompetenzbereiche:

- Fachwissen (Sach- und Analysekompetenz),
- Erkenntnisgewinnung (Methodenkompetenz) sowie
- Bewertung/Beurteilung (Urteilskompetenz).

Die Kompetenzbereiche lassen sich wie folgt beschreiben:

1. **Fachwissen:** Die Schülerinnen und Schüler verfügen über strukturiertes Wissen zur dualen Ausbildung sowie zu Ausbildungsberufen - inklusive der beruflichen Herausforderungen sowie der Perspektiven - in der Messewirtschaft.
2. **Erkenntnisgewinnung:** Die Schülerinnen und Schüler analysieren Phänomene der Arbeitswelt in der Messewirtschaft mithilfe fachspezifischer Methoden und wenden fachspezifische Arbeitstechniken an.
3. **Bewertung:** Die Schülerinnen und Schüler bewerten Ausbildungsberufe und berufliche Perspektiven hinsichtlich ihrer eigenen beruflichen Pläne.

Die im Folgenden aufgeführten Kompetenzkataloge stellen eine Auswahl der Kompetenzen dar, die mit Hilfe der vorliegenden Unterrichtsmaterialien erworben werden können.

### **Fachwissen:**

Die Schülerinnen und Schüler sollen ...

1. die Grundstruktur der dualen Ausbildung beschreiben.
2. wichtige Ausbildungsberufe in der Messewirtschaft nennen.
3. das Profil ausgewählter Ausbildungsberufe darstellen.
4. wichtige Trends in der Messewirtschaft beschreiben.
5. berufliche Perspektiven nach einer Ausbildung am Beispiel der Messeberufe darlegen.

### **Erkenntnisgewinn:**

Die Schülerinnen und Schüler sollen ...

1. wichtige Merkmale (z. B. Tätigkeitsprofil, Ausbildungsinhalte) von Ausbildungsberufen in der Messewirtschaft herausarbeiten.
2. die Konsequenzen der Trends in der Messewirtschaft für die Beschäftigten ableiten.
3. erste Ideen für eine Karriere in der Messewirtschaft auf der Basis einer Berufsausbildung entwickeln.

## Bewertung/Beurteilung

Die Schülerinnen und Schüler sollen ...

1. die spezifischen Herausforderungen und Perspektiven einer Ausbildung und Berufsausübung in der Messewirtschaft analysieren,
2. ihre persönliche Eignung für eine Berufsausbildung und möglicher Folgeperspektiven (Fortbildungen, Studium) in der Messewirtschaft vor dem Hintergrund ihrer Interessen und Potenziale beurteilen.

## 2.3 Fachwissenschaftliche Hinweise

### 2.3.1 Grundlagen

Der Gegenstandsbereich der Messewirtschaft kann aus unterschiedlichen Perspektiven didaktisch erschlossen werden:

- Aus einer generellen **betriebswirtschaftlichen Perspektive** sind Messen nach wie vor ein wichtiges Element der Kommunikationspolitik. Die sozialen Medien sind weniger als konkurrierende, sondern vielmehr als komplementäre Kommunikationsinstrumente zu Messeauftritten und -besuchen zu sehen. In diesem Heft werden insbesondere Unternehmen fokussiert, die in der Messewirtschaft tätig sind; in Verbindung mit der Unterstützung der beruflichen Orientierung sind deshalb insbesondere personalwirtschaftliche Aspekte relevant.
- Aus einer **volkswirtschaftlichen Perspektive** stellen Messen ein wichtiges Hilfsmittel zur Förderung der Markttransparenz dar. Darüber hinaus ist die Messewirtschaft, insbesondere in Deutschland als weltweit führenden Messestandort, ein wichtiger Wirtschaftsfaktor in Verbindung mit der Schaffung von Arbeitsplätzen in verschiedensten Berufen, die direkt oder indirekt mit der Ausrichtung von Messen zusammenhängen.

In diesem Heft werden die volks- und betriebswirtschaftliche Perspektiven verzahnt; die entsprechenden Grundlagen für die Messewirtschaft werden in dem nachfolgenden Kapitel 2.3.2 vertieft. Die betriebswirtschaftliche Relevanz von Messen als Instrument der Kommunikationspolitik ist eine wichtige Voraussetzung, um die volkswirtschaftliche Bedeutung zu verstehen. Generelle ökonomische Entwicklungen wie die Digitalisierung und Globalisierung haben enorme betriebswirtschaftliche Auswirkungen, wobei in dieser Unterrichtseinheit vor allem die personalwirtschaftliche Perspektive berücksichtigt wird. Mit Blick auf die berufliche Orientierung sind insbesondere die sich wandelnden Anforderungen an die Beschäftigten relevant.

Für die fachdidaktische Erschließung der fachwissenschaftlichen Zusammenhänge und die Nutzbarmachung für den individuellen Prozess der **beruflichen Orientierung** ist die Unterscheidung zwischen der beruflichen Orientierung im engeren und weiteren Sinn hilfreich.

- Die berufliche Orientierung im weiteren Sinne spannt den Orientierungsrahmen für die individuelle Orientierung und soll Erkenntnisse und Einsichten in die Wirtschafts- und Arbeitswelt ermöglichen, von denen wesentliche Impulse für die Erwerbstätigen ausgehen. Der exemplarische Blick auf die Branche wie die Messewirtschaft hat zugleich den Vorteil, dass aufgrund einer berufsfeldübergreifenden Perspektive die Vielfalt der Anschlussalternativen veranschaulicht wird. Zugleich können an dem Exempel der Messewirtschaft der Strukturwandel und die Anforderungen an die zukünftigen Erwerbstätige hervorragend erschlossen werden.
- Die berufliche Orientierung im engeren Sinne soll die Schülerinnen und Schüler bei der unmittelbaren Wahl einer individuell geeigneten Anschlussalternative unterstützen. Dies betrifft im Wirtschaftsunterricht beispielsweise die Wahl eines individuell geeigneten Praktikumsplatzes und die Entwicklung von Erkundungsfragen. Hinsichtlich der Erkundungsfragen ist abzuwägen, inwieweit generelle Aspekte der Messewirtschaft und/oder Fragen mit Relevanz für die eigene Berufswahl erörtert werden. Zugleich sind die unmittelbaren Eindrücke aus einem Praxiskontakt zu reflektieren, weil sich beispielsweise der gleiche Ausbildungsberuf in Abhängigkeit vom konkreten Unternehmen unterschiedlich darstellen kann.

Diese Unterrichtseinheit ist somit ein wichtiges Hilfsmittel, um exemplarisch anhand der Messewirtschaft ökonomische Zusammenhänge mit besonderem Bezug zu Themen der Arbeitswelt zu erschließen und für die Unterstützung der beruflichen Orientierung nutzbar zu machen.

### 2.3.2 Schwerpunkt „Messen“

#### *Arten von Messen*

Bei Messen handelt es sich um Veranstaltungen, auf denen Unternehmen ihre Waren einem interessierten Publikum präsentieren. Im Gegensatz zu klassischen Märkten werden die Waren zumeist nicht direkt am Stand verkauft (eine Ausnahme sind die Verbraucherausstellungen). Vielmehr zeigen die Unternehmen Muster ihrer Produkte; interessierte Käufer können Bestellungen aufgeben.

Es kann zwischen verschiedenen Arten von Messen unterschieden werden, wobei die Grenzen fließend sind. Wichtige Unterscheidungsmöglichkeiten sind:

- **Internationale Messen** sprechen Aussteller und Besucher auf nationaler und internationaler Ebene an. Demgegenüber fokussieren **regionale Messen** regionale Aussteller und Besucher.
- Ein typisches Beispiel für eine **Investitionsgütermesse** ist die HANNOVER MESSE, wo insbesondere Produktionsanlagen und -technologien einem gewerblichen Fachpublikum vorgestellt werden. Wie der Name sagt, stehen bei **Konsumgütermessen** Konsumgüter für den Endverbraucher im Mittelpunkt.

- **Fachmessen** sind auf bestimmte Branchen spezialisiert und bilden deren Leistungsangebot möglichst umfangreich ab. Damit sind Fachmessen wichtige Branchenergebnisse, die terminlich mit Produktions- und Innovationszyklen des entsprechenden Wirtschaftszweiges korrelieren (Quelle: AUMA, <http://www.auma.de/de/Messelexikon/Seiten/Default.aspx>, Stand: Mai 2018).

Auf Fachmessen sind ausschließlich Personen zugelassen, die sich aus beruflichen Gründen und nicht aus privaten Interessen dort aufhalten. Eine solche Besucherstruktur sichert Ausstellern Kontakte zu Geschäftskunden und macht eine zielgruppengenaue Ansprache von Entscheidern möglich. Fachbesuchermessen können in Einzelfällen zu bestimmten Zeiten auch für Privatbesucher geöffnet sein (Quelle: AUMA, <http://www.auma.de/de/Messelexikon/Seiten/Default.aspx>, Stand: Mai 2018).

- **Verbraucherausstellungen** wenden sich explizit an **Privatbesucher**. Dabei handelt es sich um Messen mit überwiegend regionalem Besuchereinzugsgebiet und mit einem Waren- und Dienstleistungsangebot, das auf den direkten Verkauf an Endverbraucher abzielt (Quelle: AUMA, <http://www.auma.de/de/Messelexikon/Seiten/Default.aspx>, Stand: Mai 2018). Ein Beispiel hierfür ist der Mannheimer Maimarkt.

### *Wirtschaftliche Bedeutung von Messen*

Für ausstellende Unternehmen sind Messen eine wichtige Möglichkeit, ihre Produkte der Öffentlichkeit vorzustellen und potenzielle neue Kunden anzusprechen. Zugleich dienen Messen auch zur Pflege von Kundenkontakten, da zahlreiche Kunden ohnehin vor Ort sind. Nicht zu unterschätzen sind die Möglichkeiten zur Personalgewinnung. Deshalb sind Messen - trotz der Verfügbarkeit vieler Informationen im Internet - ein unverändert wichtiges Kommunikationsinstrument von Unternehmen. Rund 45 Prozent der Gelder für die B2B-Kommunikation (Business-to-Business, d. h. Kommunikation zwischen Unternehmen) werden in Messeausstellungen investiert. Besonders herauszustellen ist die Bedeutung für die Exportwirtschaft und junge Unternehmen, die sich einem neuen Publikum präsentieren wollen. Für Fachbesucher aus Unternehmen sind Messen eine hervorragende Möglichkeit, sich über die Marktsituation und die relevanten Entwicklungen zu informieren.

Aus volkswirtschaftlicher Perspektive sind Messen ein wichtiges Instrument zur Erhöhung der Markttransparenz und zur Förderung des Wissenstransfers. Insbesondere international relevante Messen sind auch eine Kommunikationsplattform zwischen Wirtschaft und Politik und ein Instrument der internationalen Verständigung.

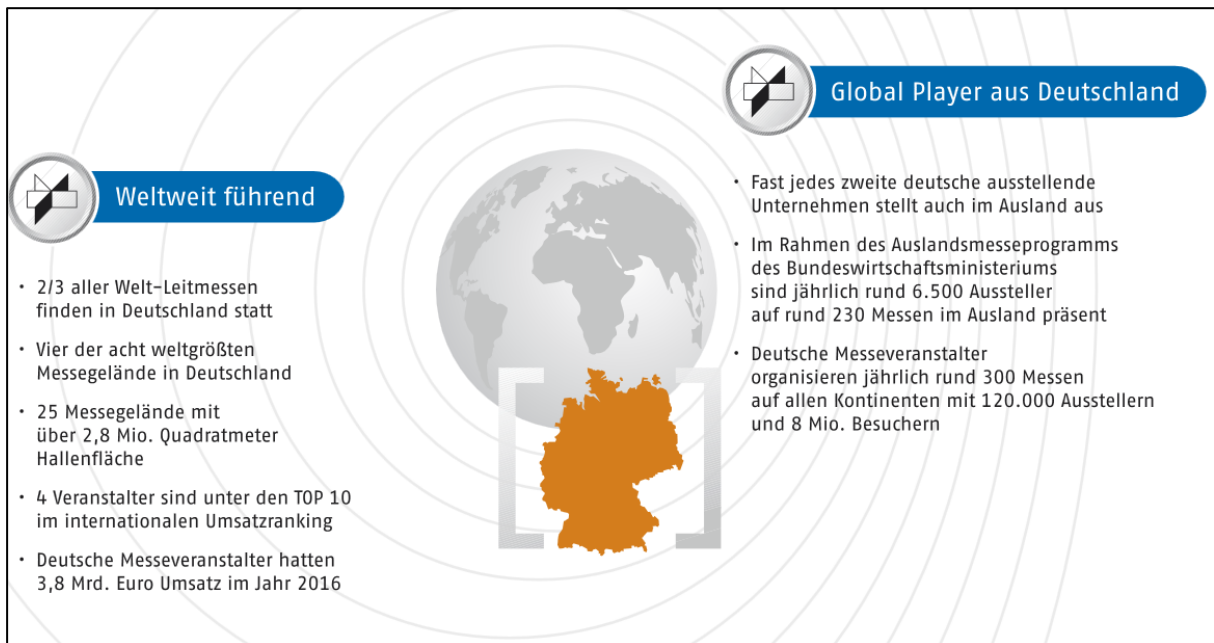
### *Der Messeplatz Deutschland*

Deutschland ist der weltweit führende Messeplatz. Hierfür lassen sich mehrere Gründe anführen, insbesondere

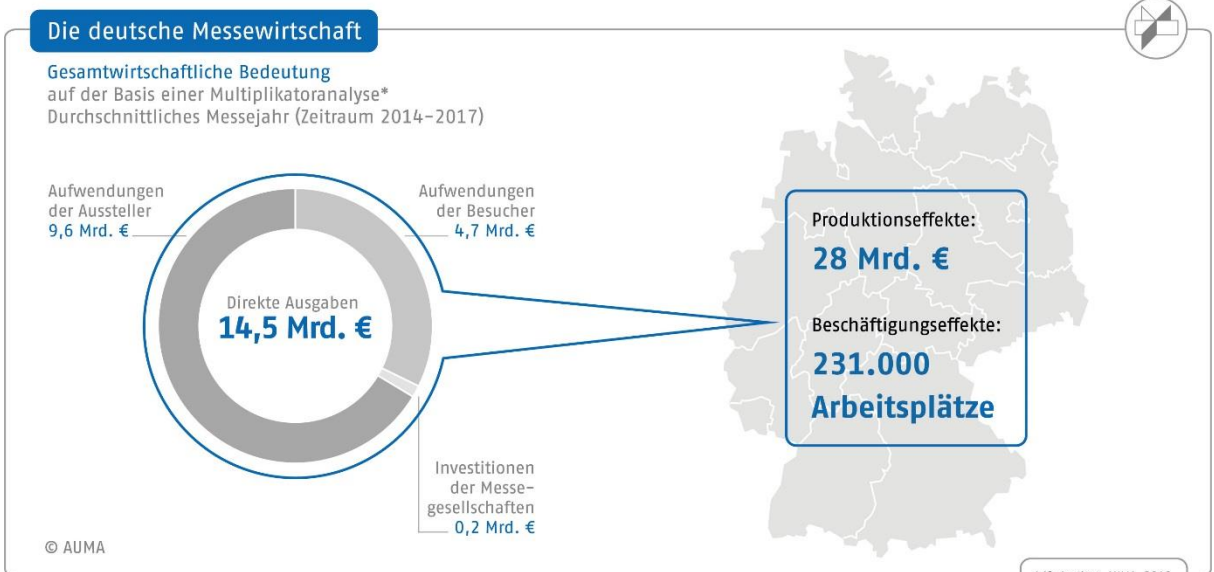
- die zentrale Lage auf dem europäischen Kontinent,
- die guten Verkehrsverbindungen der Messestandorte sowie

- die Größe der Messestandorte.

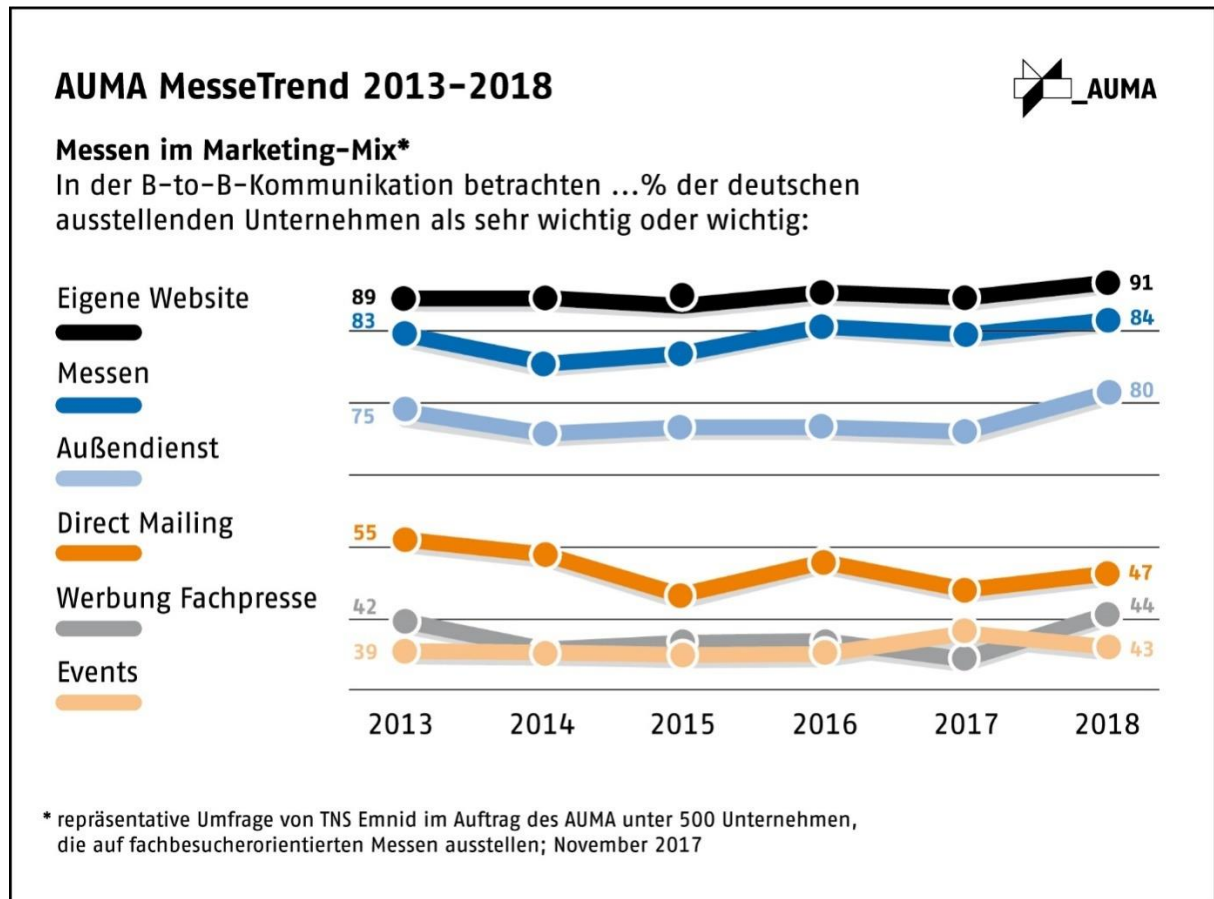
Die nachstehenden Grafiken bzw. Abbildungen verdeutlichen diese Ausprägungen.



Quelle: AUMA



Quelle: Ifo-Institut



Quelle: AUMA

### Zahlreiche Berufe rund um Messen

Messen sind in Deutschland ein wichtiger Wirtschaftsfaktor. Damit einher gehen die Schaffung und Sicherung von rund 231.000 Arbeitsplätzen in unterschiedlichen Ausbildungsberufen und bei unterschiedlichen Arbeitgebern rund um die Planung und Ausrichtung von Messen, wobei die Bedürfnisse der Aussteller und Besucher aus dem In- und Ausland zu berücksichtigen sind. Dies betrifft beispielsweise

- die Herstellung der technischen Infrastruktur, z. B. Strom, Wasser, Internetzugänge, Parkplätze, Anfahrts- und Abfahrtswege,
- die Gestaltung und den Aufbau der Messestände,
- die Vorbereitung von Seminar- und Tagungsräumen für begleitende Informationsveranstaltungen sowie
- das Catering auf dem Messegelände und die Übernachtung der Gäste.

Die Messewirtschaft ist ein sehr gutes Beispiel, um Schülern die Vielfalt der Ausbildungsberufe in verschiedenen Berufsfeldern exemplarisch zu verdeutlichen. Zugleich kann oftmals auf ein exemplarisches Erfahrungswissen aufgebaut werden: Zahlreiche Schüler haben bereits Freizeit- und Konsumgütermessen besucht, was die didaktische Erschließung der beruflichen Perspektiven in der Messewirtschaft erheblich erleichtert.

## 2.4 Unterrichtsverlauf

Die Unterrichtssequenz ist für ca. sechs -bis zehn Unterrichtsstunden ausgerichtet. Die Materialien können in der vorgeschlagenen Reihenfolge bearbeitet werden, jedoch auch in Auszügen im Unterricht Verwendung finden. Die Aufgaben stellen Vorschläge dar.

### **M1: Messen als Schaufenster der Wirtschaft**

Als Einstieg in die unterrichtliche Auseinandersetzung setzen sich die Schülerinnen und Schüler mit der Bedeutung der Messe- und Veranstaltungswirtschaft in Deutschland auseinander. Hierbei geht es um Besucher- und Ausstellerzahlen, die internationale Dimension der Messe- und Veranstaltungswirtschaft (inklusive Auslandsmessen) sowie Beschäftigtenzahlen im Kontext mit Akteuren der Messe- und Veranstaltungswirtschaft. Durch die Arbeitsaufträge werden die exemplarischen Einzelerfahrungen aus dem Besuch von Messen einbezogen; zugleich können die Schüler nach wichtigen (inter-)nationalen und regionalen Messen recherchieren.

### **M2: Messegestaltung - viele Berufe sind gefragt!**

Mithilfe des Materials werden die Schülerinnen und Schüler für die Vielfalt der Berufe im Rahmen der Messewirtschaft sensibilisiert. Um ein möglichst breites Spektrum an beruflichen Möglichkeiten abdecken zu können, werden die Arbeitsphasen der Messeausrichtung in die Berufsfelder Technik, Unterbringung und Verpflegung, Logistik und Sicherheit (die zugleich eine hohe Affinität zu generell wichtigen Berufsfeldern aufweisen) eingeteilt. Die Schüler sollen interessengeleitet eine der benannten beruflichen Möglichkeiten auswählen, und mithilfe des Portals [berufenet.de](http://berufenet.de) weiterführende Informationen zum Tätigkeitsprofil und Anforderungen recherchieren.

### **M3: Duales Ausbildungssystem**

Das Material erklärt grundlegend das duale Ausbildungssystem in Deutschland. Es wird aufgezeigt, was der Begriff „dual“ im Zusammenhang mit der Ausbildung und den zwei Lernorten bedeutet; außerdem erfolgt eine Abgrenzung zur schulischen Ausbildung (z. B. in der „berufsqualifizierenden Berufsfachschule“). Die Schülerinnen und Schüler lernen die Bedingungen für die Aufnahme einer Ausbildung kennen und arbeiten die Vorteile, wie z. B. die Verzahnung von Theorie und Praxis oder eine monatliche Vergütung, heraus.

### **M4: Einflüsse von Trends auf die Arbeitswelt in der Messewirtschaft**

Messen spiegeln die aktuellen Trends auf verschiedenen Märkten wieder; neue Trends werden somit für die Messen und die Beschäftigten in der Messewirtschaft besonders schnell relevant. Mit der Hilfe von Quellentexten setzen sich die Schüler insbesondere mit den Konsequenzen der sozialen Medien, Globalisierung und sich ändernden Märkten für die Beschäftigten in der Messewirtschaft auseinander.

### **M5: Alles im Wandel - Berufe entstehen neu oder modernisieren sich**

In jedem Jahr werden Ausbildungsberufe reformiert, zusammengefasst, neu kreiert oder abgeschafft, um den sich ändernden Anforderungen in der Arbeitswelt Rechnung zu tragen. Dieser Wandel wird exemplarisch über die Jahrzehnte anhand des Ausbildungsberufs Elektroniker/-in für Betriebstechnik erarbeitet. Hierdurch erfolgt zugleich eine Sensibilisierung für die sich ändernden Anforderungen in den Berufen.

### **M6: Studieren ohne Abitur - aber mit Berufsausbildung**

Die Durchlässigkeit zwischen der beruflichen und akademischen Bildung wurde seit der Jahrtausendwende massiv ausgebaut. Insbesondere mit Blick auf die Schüler, die vor der Wahl stehen, ob sie nach dem Abschluss der Sekundarstufe I in die gymnasiale Oberstufe bzw. auf ein berufliches Gymnasium oder in eine berufliche Erstausbildung übergehen wollen, wird herausgearbeitet, dass es zahlreiche Möglichkeiten gibt, auf der Basis einer Berufsausbildung ein Studium aufzunehmen. Darüber hinaus wird thematisiert, welche Vorteile im Studium aus einer vorherigen Berufsausbildung entstehen.

### **M7: Mit der Weiterbildung zum Bachelor-Niveau**

Eine abgeschlossene Ausbildung eröffnet Karriereperspektiven, insbesondere wenn die zahlreichen Weiterbildungsmöglichkeiten genutzt werden. In dem Material werden verschiedene Weiterbildungsstufen bis hin zum Meister bzw. Fachwirt in der Messewirtschaft vorgestellt. Hierbei wird der Deutsche Qualifikationsrahmen zur Einordnung verschiedener beruflicher und akademischer Abschlüsse berücksichtigt.

### **M8: Studienangebote in der Messewirtschaft**

Neben den Ausbildungsberufen gibt es eine Vielzahl von Studiengängen mit Bezug zur Messewirtschaft. Die Schülerinnen und Schüler erhalten einen exemplarischen Einblick in mögliche Studienangebote. Dies betrifft sowohl „klassische“ als auch duale Studiengänge. Hierbei werden die Vorteile der jeweiligen Alternativen berücksichtigt. Darüber hinaus wird erarbeitet, welche Studienmöglichkeiten sich auf der Basis persönlicher Präferenzen für bestimmte Ausbildungsberufe ergeben.

### **M9: Der persönliche Weg in die Messelandschaft**

Grundlage des Materials sind Interviews, in welchem zwei Veranstaltungskaufrauen ihren persönlichen Weg in die Messelandschaft aufzeigen. Hierbei berichten die Frauen über den Bewerbungsprozess, die Ausbildungsbedingungen und ihren derzeitigen Alltag im Beruf.



## 2.5 Literatur

- AUMA Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e. V. (Hg.) (2018), MesseTrend 2018, Berlin
- AUMA Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e. V. (Hg.). (2018), Die gesamtwirtschaftliche Bedeutung von Messen und Ausstellungen in Deutschland, Berlin.
- AUMA Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e. V. (Hg.) (2018), Die Messewirtschaft Bilanz 2017, Berlin
- AUMA Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e. V. (Hg.) (2017), Messewirtschaft in Zahlen 2017, Berlin
- AUMA Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e. V. (Hg.) (2017), Erfolgreiche Messebeteiligung, Berlin
- Kaiser, F.-J./Kaminski, H. (2011): Methodik des Ökonomieunterrichts, Grundlagen eines handlungsorientierten Lernkonzepts mit Beispielen, 4. A., Bad Heilbrunn: Klinkhardt
- Kaminski, H. (2017): Fachdidaktik der Ökonomischen Bildung, Stuttgart: utb/Schöningh
- Kaminski, H./Krol, G.-J. u. a. (2005): Praxiskontakte - Zusammenarbeit zwischen Schule & Wirtschaft, Braunschweig: Westermann
- Schröder, R. (2015): Reformen zur Berufsorientierung auf Bundes- und Landesebene im Zeitraum 2004-2015, unter Mitarbeit von: Stabbert, R.; Faulborn, B.; Grüner, J.; Gerjets, I., Bielefeld: Bertelsmann.
- Schröder, R./Stabbert, R./von Walcke-Schuldt, J. (2015): Berufsorientierung Sek I, Qualifizierungsbaustein D09, 2. Aufl., Oldenburg: IÖB

### **3. Unterrichtsmaterialien**

## M1: Messen als Schaufenster der Wirtschaft

Bei Messen handelt es sich um Veranstaltungen, in denen Unternehmen ihre Waren einem interessierten Publikum präsentieren. Messen im heutigen Sinne entwickelten sich mit der Industrialisierung im 19. und 20. Jahrhundert. Beispielsweise wurde 1909 in Berlin die Luftschiffahrt-Ausstellung erstmalig ausgerichtet. Die Messe existiert unter dem Namen „Internationale Luft- und Raumfahrt-Ausstellung“ bis heute. Messen haben eine beschränkte Dauer von zumeist maximal einer Woche und werden regelmäßig (häufig im jährlichen Rhythmus) wiederholt.

Für die Aussteller sind Messen eine wichtige Möglichkeit, um ihre Produkte zu präsentieren. Umgekehrt können die Besucher einen schnellen Überblick über den Markt und neue Entwicklungen gewinnen. Im Gegensatz zu klassischen Märkten werden die Waren zumeist nicht direkt am Stand verkauft (eine Ausnahme sind die sogenannten Verbraucherausstellungen für Endverbraucher). Vielmehr zeigen die Unternehmen Muster ihrer Produkte; interessierte Käufer können Bestellungen aufgeben. Das Konzept der sogenannten „Mustermesse“ wurde Anfang des 20. Jahrhunderts von der Leipziger Messe entwickelt.



Quelle: IFA 2017, Messe Berlin GmbH

Die Ausrichtung von Messen übernehmen spezialisierte Unternehmen, auch Messeveranstalter genannt. Messeveranstalter haben oftmals ihren Sitz an dem für sie besonders wichtigen Messestandort, z. B. die Deutsche Messe AG in Hannover.

Deutschland ist der weltweit führende Messeplatz. Dies hängt unter anderem damit zusammen, dass Deutschland auf dem europäischen Kontinent sehr zentral gelegen ist und über eine gute Infrastruktur verfügt. So sind in Deutschland besonders große Messegelände zu finden (in Hannover existiert das weltweit größte Messegelände); außerdem verfügen die großen deutschen Messeplätze über gute Verkehrsanbindungen.

Fast zwei Drittel der international führenden Messen finden in Deutschland statt; ein Beispiel ist die Internationale Automobil-Ausstellung (IAA) in Frankfurt. Jährlich werden in Deutschland rund 150 internationale Messen mit bis zu 180.000 Ausstellern und rund zehn Millionen Besuchern ausgerichtet. Über die Hälfte der Aussteller kommt aus dem Ausland, davon wiederum fast die Hälfte aus Ländern außerhalb der EU. Ähnlich international verhält es sich bei den Besuchern: Über ein Viertel reist aus dem Ausland an; bei den Fachbesuchern sind es sogar über 30 Prozent. Zu den nationalen und internationalen Messen gesellen sich eine Vielzahl von regionalen Messen und Ausstellungen. In der Summe kommen auf deutschen Messen jährlich über 192.000 Aussteller und über zehn Millionen Besucher zusammen.

Rund 37 Prozent der deutschen Unternehmen, die sich auf Messen präsentieren, sind auf ausländischen Messen vertreten. Insbesondere für kleine und mittelständische Unternehmen gibt es Förderprogramme zur Beteiligung an ausländischen Messen. Außerdem richten deutsche Messegesellschaften jährlich rund 300 Messen im Ausland aus; ein Beispiel ist die „bauma CHINA“, die von der Messe München GmbH in Shanghai veranstaltet wird.

Es überrascht vor diesem Hintergrund nicht, dass die Messewirtschaft ein wichtiger Arbeitgeber ist. Dies betrifft die Messegesellschaften, Standbauunternehmen, Designer, Eventspezialisten, Spediteure, Dolmetscherdienste, Anbieter von Schulungen für das Standpersonal, Cateringunternehmen u.a.m. Insgesamt werden in Deutschland über 231.000 Arbeitsplätze durch die Organisation von Messen gesichert. Hinzu kommen die Beschäftigungseffekte in den Messestädten, z. B. bei Hotels, Taxiunternehmen und Flughäfen.



1. *Nenne Messen, die du kennst und ggf. bereits besucht hast.*
2. *Fasse die Ausführungen zur wirtschaftlichen Bedeutung der Messen zusammen.*
3. *Informiere dich im Internet, z. B. auf der Seite [auma.de](http://auma.de), über*
  - *wichtige deutsche Messestädte,*
  - *international bedeutende Messen, die in Deutschland ausgerichtet werden,*
  - *Messen in deiner Region.*

## M2: Messegestaltung - viele Berufe sind gefragt!

Jährlich werden in Deutschland rund 180 internationale Messen durchgeführt, die bis zu 192.000 Aussteller und rund zehn Millionen Besucher anlocken.


Doch bevor die potenziellen Aussteller einen Stand auf einer Messe erhalten und die Besucher die Messe besuchen können, müssen diverse organisatorische Aspekte erledigt und berücksichtigt werden. Diese Aufgaben übernimmt im Vorfeld ein „**Messeveranstalter**“.

Ein Messeveranstalter konzipiert eine Messe und/oder führt sie durch. Häufig wirken bei Messen und Ausstellungen mehrere Organisationen mit. So kann ein Verband oder eine Messegesellschaft (d. h. ein auf die Messeausrichtung spezialisiertes Unternehmen) Träger der Veranstaltung sein. Das höchste Ziel eines Messeveranstalters ist die Zufriedenheit der Aussteller und der Besucher. Unverzichtbar ist heutzutage z. B. die Sicherstellung der mobilen Internetanbindung. Wenn eine Messe organisiert wird, haben viele Mitarbeiter unterschiedliche Aufgaben zu erledigen. In den meisten Fällen arbeiten sie in Teams.



Quelle: Messe Berlin GmbH

In den **verschiedenen Phasen** der Ausrichtung einer Messe sind zahlreiche Ausbildungsberufe mit unterschiedlichen Tätigkeitsschwerpunkten eingebunden.

			
Konzeption	Planung	Durchführung	Analyse
<p>In die Konzeptionsphase fließen u. a. Erkenntnisse und Auswertungen von Vorveranstaltungen ein.</p> <p>Während der Konzeption werden zunächst wichtige Informationen gesammelt: bspw. zu Branchen, Marktbesonderheiten, Informationen zu den Zielgruppen auf der Aussteller- und Besucherseite.</p>	<p>Die Planungsphase teilt sich in drei wesentliche Bereiche:</p> <p><b>Presse- und Öffentlichkeitsarbeit:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einsatz von social media,</li> <li>• das Anschreiben von Ausstellern,</li> <li>• Besuchermarketing, Planung der Hallen.</li> </ul> <p><b>Technik und Sicherheit:</b></p> <p>Die Messestände und die Hallen müssen mit Technik ausgestattet werden. Sicherheit spielt ebenfalls eine große Rolle.</p> <p><b>Logistik:</b></p> <p>Logistik auf dem Messegelände und vom Messegelände herunter sowie eine reibungslose Parkplatzlogistik sind unabdingbar.</p>	<p>Der Aufbau der Messestände erfolgt durch ein Messebauunternehmen. Hier fallen vor allem koordinierende Aufgaben für die Messeveranstalter an.</p> <p>Während der Laufzeit der Messe werden Anfragen und Probleme bearbeitet, die oftmals im logistischen und technischen Bereich auftreten.</p>	<p>Im Nachgang der Messe werden die Stärken und Schwächen der abgelaufenen Veranstaltung zusammengestellt. Hinzu kommt die Auswertung der Berichterstattung durch TV/Internet, Tages- und Fachpresse.</p>

## Organisation und Verwaltung

Bei der Konzeption einer Messe werden Fachleute benötigt, die die Erwartungen der potenziellen Aussteller und Besucher in Erfahrung bringen. Auf der Basis der erwarteten Zahl der Aussteller und Besucher sind die Maßnahmen und Akteure zur Technik, Logistik usw. abzustimmen.

### Ausbildungsberufe in diesem Bereich:

Veranstaltungskaufmann/-frau.

## Technik

Bereits vor dem Start der Messe sind viele helfende Hände im Einsatz. Die Messestände werden mithilfe von Messebauunternehmen aufgebaut. Es muss bspw. Elektronik vorhanden sein, die Halle muss gut ausgeleuchtet sein, für Veranstaltungen müssen Bühnen aufgebaut und der Ton eingerichtet werden. Der technische Bereich beim Aufbau und der Durchführung von Messen bietet ein breites Berufsspektrum. Dieser Bereich wird durch die Digitalisierung immer vielfältiger.

### Ausbildungsberufe in diesem Bereich:

Fachkraft für Veranstaltungstechnik, Anlagenmechaniker/-in, Sanitär-, Heizungs-, und Klimatechnik, Elektroniker/-in für Betriebstechnik, Elektroniker/-in Fachrichtung Energie- und Gebäudetechnik, Fachinformatiker/-in für Systemintegration, Tischler/-in, etc.

## Unterbringung und Verpflegung

Auch für das leibliche Wohl muss während einer Messe gesorgt werden, und das nicht nur für die Messebesucher, sondern auch für die Aussteller. Es müssen große Mengen an Lebensmitteln organisiert und verwaltet werden. Zudem sollte es an Abwechslung während der Messetage nicht fehlen. Für Aussteller, die aus dem Ausland kommen, muss zudem für die Unterbringung gesorgt sein. Auch prominente Gäste, die die Messe besuchen und/ oder einen Vortrag halten, müssen gut versorgt sein. Hierfür sind unter anderem Hotelräume zu buchen.

### Ausbildungsberufe in diesem Bereich:

Hotelkaufmann/-frau, Fachmann/-frau Systemgastronomie, Koch/Köchin, Restaurantkaufmann/-frau, etc.

## Logistik und Sicherheit

Schon bevor die Messe aufgebaut wird muss eine reibungslose Logistik auf dem Messegelände gewährleistet sein. Die anliefernden LKWs müssen schnell und problemlos auf das Gelände gelangen, abgeladen werden und das Gelände wieder verlassen. Ebenso muss es eine einwandfreie Parkplatzlogistik für Aussteller und Besucher geben. Zudem muss für Sicherheit auf der Messe gesorgt werden. Diese beginnt bereits bei der Einlasskontrolle.

### Ausbildungsberufe in diesem Bereich:

Fachkraft für Lagerlogistik, Fachlagerist-/in, Fachkraft - Schutz und Sicherheit, Servicekraft - Schutz und Sicherheit etc.



1. Wähle aus den oben dargestellten Bereichen einen Ausbildungsberuf aus, der dich interessiert und begründe deine Auswahl.
2. Recherchiere mithilfe des Portals [www.berufenet.de](http://www.berufenet.de), welche Voraussetzungen du für den Beruf mitbringen solltest und reflektiere, ob du die diese erfüllst. **Tipp:** Erstelle einen kurzen Steckbrief über die wesentlichen Aufgabenbereiche und Ausbildungsinhalte.

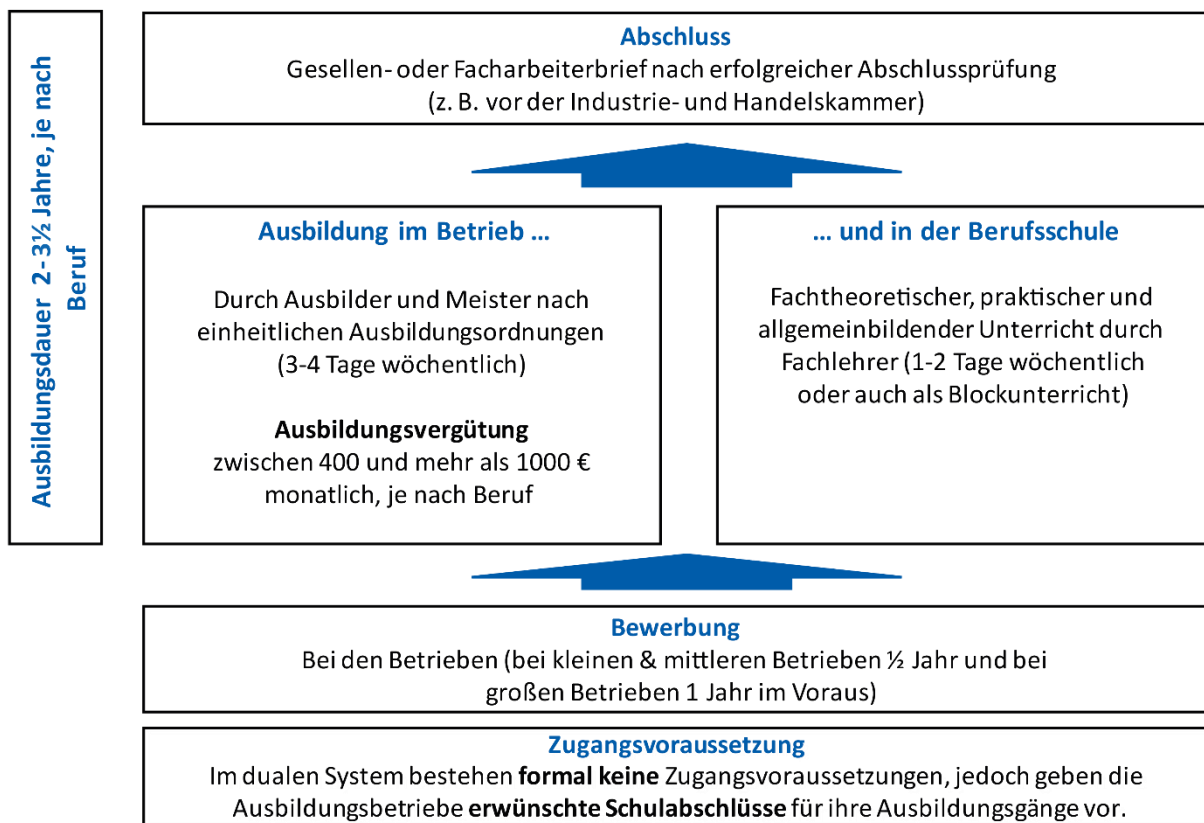


### M3: Duales Ausbildungssystem

Das berufliche Ausbildungssystem in Deutschland ist vor allem durch die so genannte duale Berufsausbildung mit den beiden Lernorten Ausbildungsbetrieb und Berufsschule geprägt. Bei der dualen Berufsausbildung arbeiten die Auszubildenden, abgekürzt auch „Azubis“ genannt, gegen eine Ausbildungsvergütung an drei bis vier Tagen pro Woche in einem Ausbildungsbetrieb und besuchen an den anderen ein bis zwei Tagen die Berufsschule. Teilweise wird der Berufsschulunterricht auch geblockt, d. h. über mehrere Wochen am Stück absolviert. Die Ausbildungsordnung regelt die Inhalte der Ausbildung und das Zusammenspiel der beiden Lernorte für die bundesweit anerkannten Ausbildungsberufe. Das duale Ausbildungssystem hat den großen Vorteil, dass es theoretische Inhalte mit der Praxis verbindet. Ferner erhalten bereits die Azubis ein festes monatliches Gehalt.

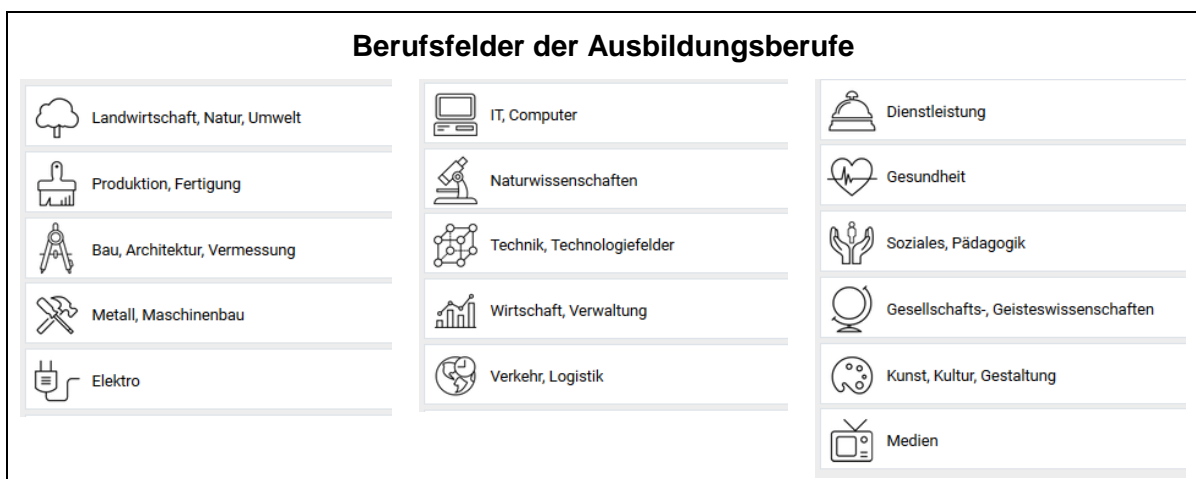
Die Abschlussprüfung wird von der für den Ausbildungsberuf zuständigen Kammer (z. B. Industrie- und Handelskammer oder Handwerkskammer) abgelegt. Hierfür setzt die Kammer Prüfungsausschüsse zusammen, in denen Mitglieder aus den Ausbildungsunternehmen und den Berufsschulen mitwirken.

Kammern sind öffentliche Einrichtungen zur Vertretung bestimmter Berufsgruppen, z. B. Handwerk, Handel, Landwirtschaft, Anwälte oder Apotheker. Eine Aufgabe der Kammern ist die Vergabe von Berufsabschlüssen, z. B. den Facharbeiter- oder Meisterbrief.



Quelle: Institut für Ökonomische Bildung

In Deutschland gibt es ungefähr 340 staatlich anerkannte Ausbildungsberufe in unterschiedlichen Berufsfeldern. Um eine duale Ausbildung zu beginnen, benötigt man keinen bestimmten Schulabschluss. Aber viele Unternehmen haben ihre eigenen Mindestanforderungen an die zukünftigen Auszubildenden festgelegt (z. B. ein bestimmter Schulabschluss oder gute Noten in wichtigen Fächern). Da einige Messerfirmen auch im Ausland tätig sind, kann es zudem möglich sein, einen Teil der Ausbildung im Ausland zu absolvieren. Bei einem Abschluss der Berufsausbildung mit guten Noten wird außerdem (sofern nicht bereits vorhanden) der Abschluss der Sekundarstufe I erworben. Einer ausgebildeten Fachkraft stehen sowohl die Übernahme im Betrieb als auch andere Karrierewege offen.



Quelle: Bundesagentur für Arbeit

Neben der dualen Ausbildung gibt es auch Ausbildungsberufe, die schulisch (mit großen Zeiteanteilen für Praktika) organisiert sind, z. B. in erzieherischen und pflegerischen Berufen (z. B. Altenpfleger/in), aber auch technischen (z. B. Operationstechnische/r Assistent/in) oder kaufmännischen Berufen (z. B. Kaufmännische/r Assistent/in für Fremdsprachen und Korrespondenz). Die Ausbildung erfolgt in spezialisierten Schulen (z. B. die „berufsqualifizierende Berufsfachschule“ in Niedersachsen) bzw. in entsprechenden Bildungsgängen der berufsbildenden Schule. Für die Aufnahme einer schulischen Ausbildung wird in der Regel ein Schulabschluss der Sekundarstufe I („Mittlere Reife“) vorausgesetzt.



1. Erkläre, wofür der Begriff „dual“ bei der dualen Berufsausbildung steht.
2. Fasse die Gründe für die Aufnahme einer dualen Ausbildung zusammen.
3. Benenne mit Hilfe einer Internetrecherche (z. B. [www.planet-beruf.de](http://www.planet-beruf.de), [www.berufenet.arbeitsagentur.de](http://www.berufenet.arbeitsagentur.de)) Ausbildungsberufe zu den Berufsfeldern „Wirtschaft, Verwaltung“, „Technik“, „Dienstleistung“ sowie „Logistik“, die es in der Messwirtschaft gibt.



## M4: Einflüsse von Trends auf die Arbeitswelt in der Messewirtschaft

Messen bilden aktuelle Trends in der Wirtschaft ab; neue Trends sind somit für die Beschäftigten in der Messewirtschaft besonders schnell relevant.

- Die Informationstechnologien haben das Berufs- und Privatleben gleichermaßen durchdrungen. Dies betrifft zum Beispiel die Logistik und Organisation der Messen. Besonders bedeutsam sind die sozialen Medien als Instrument der Kommunikationspolitik der Messegesellschaften und ausstellenden Unternehmen.
- Messen sind ein „Tor zur Welt“. Mit der zunehmenden Globalisierung werden selbst regionale Messen hinsichtlich der Aussteller und Besucher zunehmend international. Zugleich stellt sich für Messegesellschaften und exportorientierte Unternehmen die Frage, auf welchen Auslandsmessen sie sich präsentieren wollen.
- Messen sind ein Schaufenster aktueller Trends auf bestimmten Märkten. Deshalb ist es seitens der Messebetreiber notwendig, den Finger „am Puls der Zeit“ zu haben, um die Messekonzepte an wichtige Trends auf den jeweils relevanten Märkten anzupassen oder neue Messekonzepte zu entwickeln. Wichtige Trends sind nicht nur die Digitalisierung und Globalisierung, sondern beispielsweise auch die sich wandelnden Werte der Konsumenten. So sind in den letzten Jahren diverse neue Messen rund um Themen wie Gesundheit, Biotechnologie oder ökologisches Bauen entstanden.



Anlieferung zur boot 2018, Messe Düsseldorf  
Quelle: cstillmann



1. *Setzt euch in Gruppen mit den nachfolgenden Texten zu den Trends und Entwicklungen in der Messewirtschaft auseinander.*
  - a. *Klärt zunächst die unbekanntenen Fachbegriffe mit Hilfe des Internets.*
  - b. *Fasst die Kernaussagen der Texte bezüglich der Trends zusammen.*
  - c. *Leitet ab, welche Herausforderungen mit den Entwicklungen für die Beschäftigten in der Messewirtschaft einhergehen.*
2. *Stellt die Gruppenergebnisse in der Klasse vor.*
  - a. *Tragt eure Ergebnisse zu den Herausforderungen an die Erwerbstätigen in der Messewirtschaft zusammen.*
  - b. *Leitet die Konsequenzen für Ausbildungsberufe in der Messewirtschaft ab, mit denen ihr euch bereits auseinandergesetzt habt.*
  - c. *Überlegt, inwieweit die neuen Herausforderungen in der Messewirtschaft auch für Berufe in anderen Branchen gelten.*

## IFA Berlin weiter auf Wachstumskurs und mit neuem Konzept

Die Elektronikmesse IFA (Internationale Funkausstellung) in Berlin ist weiter auf Wachstumskurs. Bereits heute seien die Hallen auf dem Messegelände unter dem Funkturm ausgebucht, sagte IFA-Direktor Jens Heithecker.



Vor genau zehn Jahren hatte die IFA eine große Veränderung eingeleitet und erstmals auch Haushaltsgeräte mit ins Programm aufgenommen. [...] Heute zeige sich, dass die Sparten sehr erfolgreich zusammengewachsen seien.

Das mobile Internet und die Vernetzung aller Geräte werden als große, übergreifende Trends auch dieses Jahr die Neuheiten der Unterhaltungselektronik und der Haushaltsgeräte prägen, sagte Heithecker. Der Sprachsteuerung komme eine wachsende Bedeutung zu. Auch das Energiemanagement in den Haushalten werde neu definiert. Dabei gehe es nicht mehr nur um die Kontrolle des Verbrauchs für Haushalte, sondern auch um Möglichkeiten, Energie im Stromnetz zu speichern.

Die IFA will zudem wieder junge Firmen und Start-ups nach Berlin holen. Die Halle 26 soll eigens den neuesten Innovationen und Entwicklungen unter der Marke IFA Next als neu konzipierte Plattform dienen. Moderne Flachbildfernseher, die traditionellen Stars der Messe, sollen auch nicht fehlen. Hier dominieren aktuell Geräte mit smarterer Internet-Anbindung und Ultra-HD-Auflösung sowie der Bild-Optimierungs-Technologie HDR. «Das TV-Gerät steht in den Haushalten weltweit weiter hoch im Kurs», sagte Kamp. Der Anteil am Markt für Unterhaltungselektronik steige weiter - von 55 Prozent im Jahr 2011 auf 61,4 Prozent in diesem Jahr.

Auch der TV-Konsum nehme weiter zu. Im Schnitt schauten die Menschen weltweit 183 Minuten lineares TV pro Tag, sagte Kamp. Die gfu erwartet in diesem Jahr beim Absatz von TV-Geräten einen leichten Zuwachs auf 230 Millionen Geräten gegenüber 229 Millionen Einheiten im Jahr 2016. Hierzulande trieben etwa die 40 Prozent Single-Haushalte sowie ein steigender Ersatzbedarf für die erste Generation von Flachbildfernsehern die Nachfrage.

Vor allem große Bildschirmdiagonalen und verbesserte Bildqualität sind demnach gefragt. Die Kunden fragten zwar nicht explizit nach Smart-TVs, wollen heute aber auch selbstverständlich Inhalte etwa von Netflix, YouTube-Videos oder die eigenen Aufzeichnungen auf dem TV-Bildschirm sehen, sagte Jürgen Boyny von dem Marktforschungsinstitut GfK. „Wir haben es heute mit einem neuen Kunden zu tun, der ständig online ist und auch unterwegs gewohnt ist, seine Informationen über das Internet abzurufen.“ Darauf müsse sich die Industrie auch einstellen.

Quelle: Die WELT, 22.07.2017

## FachForum Social Media 2017

Harald Kötter, Geschäftsbereichsleiter Öffentlichkeitsarbeit & Messen Deutschland im AUMA

Bereits zum fünften Mal hat der AUMA im Jahr 2017 ein FachForum Social Media für seine Mitglieder aus dem Kreis der Messeveranstalter organisiert - mit anhaltend hohem Interesse. [...] Denn zum einen gibt es im Bereich Social Media in kurzen Abständen immer wieder neue Tools und Prioritäten der User, zum anderen wird die Zahl der Social-Media-Mitarbeiter bei vielen Veranstaltern weiter erhöht. Denn Social-Media-Einsatz mit Foto oder Video ist heute fester Bestandteil der Messekommunikation - zunehmend auch im Business-to-Business-Sektor.

Was aber ist das Besondere daran, für einen Messeveranstalter in den Social Media zu kommunizieren? Messen sind mit ihrer Vielzahl von Akteuren und Zielgruppen, Themen und Branchen eine besondere Herausforderung. Wie erzeugt man Aufmerksamkeit für ein Messeunternehmen, wie vertritt man Messeprojekte unterschiedlichster Branchen glaubwürdig? Und das womöglich in verschiedenen Ländern, mit höchst unterschiedlicher Nutzung von Kommunikationskanälen? Diese Fragestellungen lassen sich auch von erfahrenen Social-Media-Beratern ohne Bezug zur Messewirtschaft nicht leicht beantworten.

Quelle: AUMA

### Best Practice

Steffen Jantz, Leipziger Messe



2017 feierte die Leipziger Messe den 100. Geburtstag ihres Markenzeichens. Das Doppel-M ist eine der ältesten Messe-Marken der Welt und erinnert an die Mustermessen [daher das Logo mit dem doppelten „M“], die in Leipzig entwickelt wurden und bis heute die Grundlage des Messewesens bilden. Es steht zugleich als Synonym für die (Messe-)Stadt Leipzig. Diese Story der Verflechtung von Stadt und Messe kann weltweit NUR die Leipziger Messe erzählen und für das eigene Geschäft nutzen.

Geschäftsführung und Unternehmenskommunikation nahmen das Jubiläum als Startschuss für einen umfassenden strategischen Markenprozess. Ein operatives Element dieses Prozesses bildete eine b2c-Kampagne in der Region Leipzig. Ziel war es, mit einer aufmerksamkeitsstarken Aktion die Marke Leipziger Messe zu präsentieren. Dabei sollten insbesondere jüngere Zielgruppen angesprochen und das Unternehmen als innovativ, sympathisch und in der Region verankert dargestellt werden.

In einer crossmedialen Kampagne mit starkem Fokus auf den eigenen Facebook-Kanal wurde die brandawareness über vier Wochen gezielt erhöht. Ein Fotowettbewerb mit Gewinnspiel, off air-Promotions im Stadtgebiet, die über Video-Postings gepusht wurden, eine Influencer-Kampagne und eine Live-Übertragung zur spektakulären Enthüllung einer in der ganzen Stadt sichtbaren Installation am 4. September waren die Kernelemente. Klassische PR-Aktivitäten flankierten die Maßnahmen.

Quelle: AUMA

## Messen als Marktplatz der Globalisierung

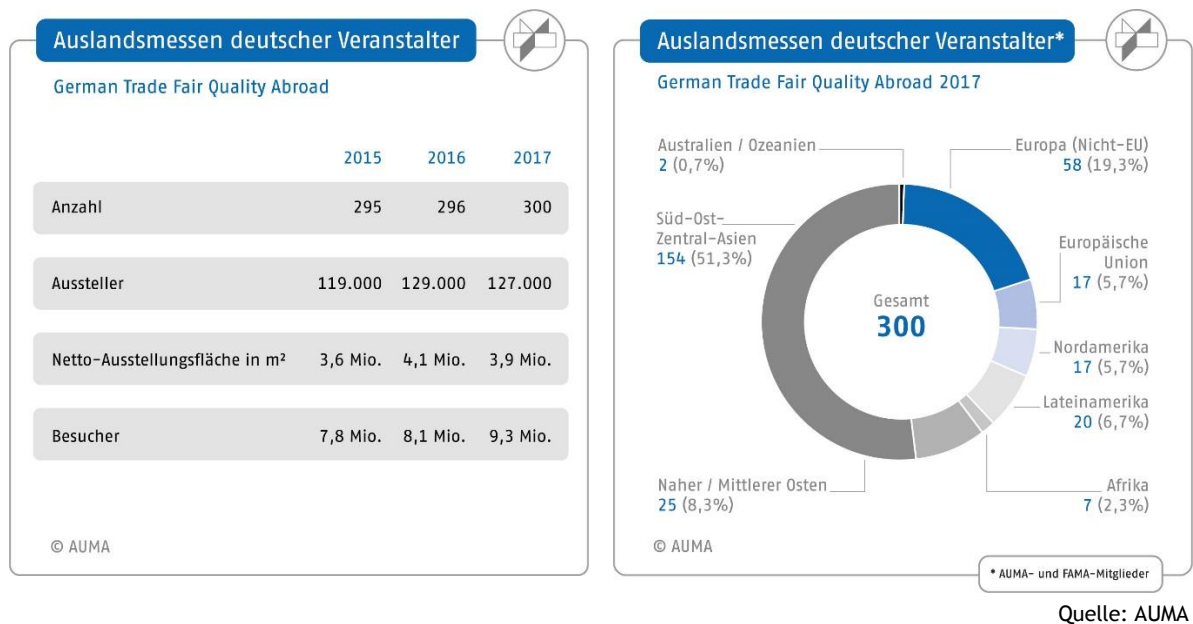
Messen sind heute mehr denn je Treffpunkte der globalisierten Wirtschaft. Wachstumstreiber waren 2017 - wie schon in den Jahren davor - die Aussteller aus dem Ausland. Deren Zahl stieg laut AUMA um fünf Prozent. Die Zahl der ausländischen Besucher legte um vier Prozent zu.

Das zeigt: Deutsche Unternehmen müssen nicht unbedingt ins Ausland gehen, wenn sie exportieren wollen. Gerade kleine und mittelständische Firmen können Messen in Deutschland als preisgünstigen Einstieg ins internationale Geschäft nutzen. Für 63 Prozent der deutschen Aussteller sind Inlandsmessen wichtig oder sehr wichtig für ihr Exportgeschäft, zeigt eine AUMA-Umfrage. Die meisten ausländischen Aussteller auf deutschen Messen kamen 2016 aus China. Insgesamt 15 569, die an 132 Messen teilnahmen. Auf Rang zwei und drei folgten Italien und Frankreich. Firmen aus den USA waren die viertgrößte Gruppe ausländischer Aussteller. 6 177 US-Unternehmen stellten auf 155 Messen hierzulande aus.

Quelle: Handelsblatt 15.03.2018

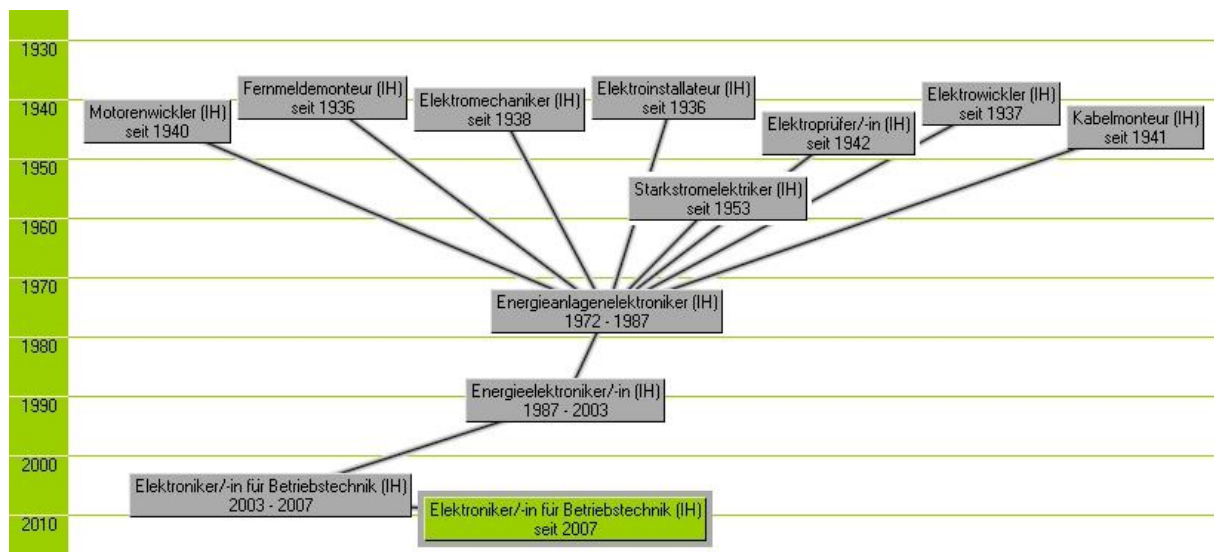
## Auslandsmessen deutscher Veranstalter

Die im AUMA und FAMA organisierten deutschen Messegesellschaften führen pro Jahr rund 300 eigene Veranstaltungen in wichtigen ausländischen Wachstumsregionen durch - insbesondere in Asien, Nord- und Lateinamerika sowie Osteuropa. Dabei werden überwiegend die in Deutschland bewährten Leitmesse-Konzepte in ausgewählte Auslandsmärkte übertragen. Alle Kennzahlen der Auslandsmessen deutscher Veranstalter legen regelmäßig zu - abgesehen von turnusbedingten Schwankungen. Dieser Trend dürfte sich in den nächsten Jahren fortsetzen.



## M5: Alles im Wandel - Berufe entstehen neu oder modernisieren sich

Unser Leben und somit auch die Berufe, die darin stattfinden, sind dynamisch und verändern sich. Berufe können neu entstehen, sich verändern oder auch gänzlich verschwinden. So wurden beispielsweise im Jahr 1936 der Beruf des Fernmeldemonteurs und des Elektroinstallateurs eingeführt und bereits 1937 durch den Elektrowickler, 1938 durch den Elektromechaniker und 1940 durch den Motorenentwickler ergänzt, um sie im Jahr 1972 in einem Beruf, dem Energieanlagenelektroniker zusammenzufügen. 1987 wurde die Berufsbezeichnung in Energieelektroniker geändert, und seit 2003 nennt sich dieser Beruf nun Elektroniker für Betriebstechnik.



Entwicklung des Ausbildungsberufes Elektroniker/in für Betriebstechnik (Quelle: <https://www.bibb.de/de/berufeinfo.php/profile/apprenticeship/ghjgd7g8> , 14.02.2018)

Innerhalb der veränderten Berufsbezeichnung spiegeln sich die Entwicklungen in der Arbeitswelt wider. Denn in den Berufen werden die Arbeitsprozesse immer stärker automatisiert und komplexer. In der Messwirtschaft organisieren beispielsweise die Elektroniker für Betriebstechnik die Anlagenerrichtung und betreuen die Installation von Energieleitungen, so dass jeder Messestand über die notwendige Versorgung mit Strom, Licht und Ähnlichem verfügt. Vieles kann hier auch schon automatisiert erfolgen. Das bedeutet aber, dass die Elektroniker für Betriebstechnik die Systeme programmieren und konfigurieren können müssen. Diese Inhalte fließen folglich neu in die Ausbildungsverordnung ein, wodurch ein bestehender Ausbildungsberuf ausgerichtet auf den Bedarf der Arbeitswelt angepasst wird.



1. Nenne Gründe für die Entwicklung von Berufen unter Berücksichtigung der Erkenntnisse zur Entwicklungsgeschichte des Ausbildungsberufes Elektroniker/in für Betriebstechnik.
2. Diskutiere, welche Trends der Wirtschafts- und Arbeitswelt sich auf Berufe in der Messwirtschaft auswirken könnten.
3. Recherchiere, welche Elemente eine Ausbildungsverordnung beinhaltet und regelt.

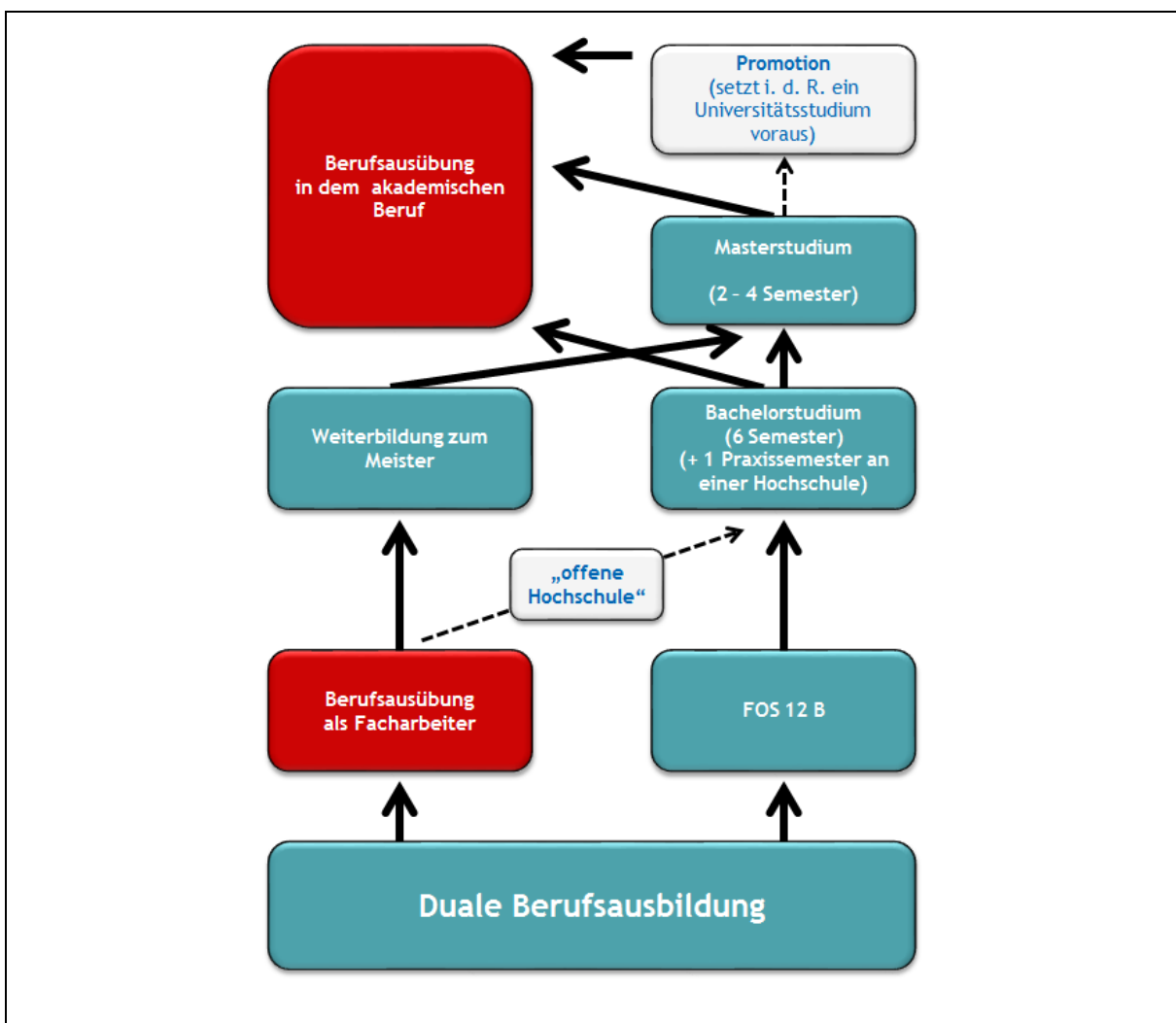


## M6: Studieren ohne Abitur - aber mit Berufsausbildung

Der Weg in ein Studium führt zumeist über die allgemeine Hochschulreife, auch Abitur genannt, oder die Fachhochschulreife. Das Abitur wird zumeist auf dem schulischen Weg in der gymnasialen Oberstufe oder dem beruflichen Gymnasium erworben. Mit dem Abitur dürfen grundsätzlich alle Studiengänge in Deutschland studiert werden. Für den Erwerb des Fachabiturs sind weniger Schuljahre, aber dafür eine mindestens einjährige Berufserfahrung erforderlich.



Quelle: fotalia



Quelle: Institut für Ökonomische Bildung

Die Möglichkeiten, auch ohne Abitur ein Studium aufnehmen zu können, sind seit der Jahrtausendwende deutlich ausgeweitet worden.

- Ein traditioneller Weg zum Studium ist der Erwerb der Fachhochschulreife an der Fachoberschule, Klasse 12 („FOS 12B“). Die Fachhochschulreife kann in Abhängigkeit vom erlernten Ausbildungsberuf z. B. in den Bereichen Technik oder Wirtschaft erworben

werden. Mit der Fachhochschulreife dürfen an Fachhochschulen alle Studiengänge und an Universitäten Studiengänge mit Bezug zu dem fachlichen Schwerpunkt der Fachhochschulreife erworben werden.

- Auf der Basis einer abgeschlossenen Berufsausbildung (zumeist in Verbindung mit weiterer Berufserfahrung in dem erlernten Beruf) kann vor der zuständigen Kammer in Verbindung mit einer Fortbildung die Prüfung zum Meister (Handwerkskammer) bzw. Fachwirt (Industrie- und Handelskammer) erworben werden. Der Meisterbrief befähigt zu leitenden Tätigkeiten und zur Ausbildung der Auszubildenden; in sicherheitskritischen Berufen ist der Meisterbrief auch die Voraussetzung für die Selbstständigkeit. Der Meisterbrief ist einem Bachelor-Abschluss gleichgestellt, d. h. als Meister kann man sich direkt um einen inhaltlich passenden Masterstudiengang bewerben.
- Einige Bundesländer, darunter auch Niedersachsen, haben die so genannte „offene Hochschule“ eingeführt. Wer über eine abgeschlossene Berufsausbildung verfügt und anschließend in dem gelernten Beruf drei Jahre gearbeitet hat, kann sich – ohne allgemeine oder Fachhochschulreife – für einen inhaltlich passenden Studiengang an einer Universität oder Hochschule bewerben.

Während an Universitäten die wissenschaftliche Qualifikation im Mittelpunkt steht, hat an Hochschulen die praktische Anwendung wissenschaftlicher Kenntnisse einen höheren Stellenwert. Deshalb spricht man auch von „Hochschulen für angewandte Wissenschaften“; gebräuchlich ist aber auch noch der traditionelle Begriff Fachhochschulen. Der letztgenannte Begriff weist zugleich darauf hin, dass Hochschulen stärker auf Studiengänge, insbesondere in den Bereichen Technik, Informatik und Wirtschaft spezialisiert sind, während an Universitäten beispielsweise auch Studiengänge wie Theologie oder Jura studiert werden können.

Studierende mit einem Berufsabschluss haben den Vorteil, dass sie die praktische Relevanz der theoretischen Inhalte schneller erkennen können. Allerdings ist zu berücksichtigen, dass zahlreiche technische und ökonomische Studiengänge einen hohen Mathematik-Anteil aufweisen. Außerdem setzt ein erfolgreiches Studium Kenntnisse des wissenschaftlichen Arbeitens voraus, z. B. wie man eine Hausarbeit nach wissenschaftlichen Standards schreibt. Der „Umweg“ über die FOS 12B in ein Studium kann vor diesem Hintergrund durchaus sinnvoll sein, auch wenn er formal nicht mehr unbedingt notwendig ist.

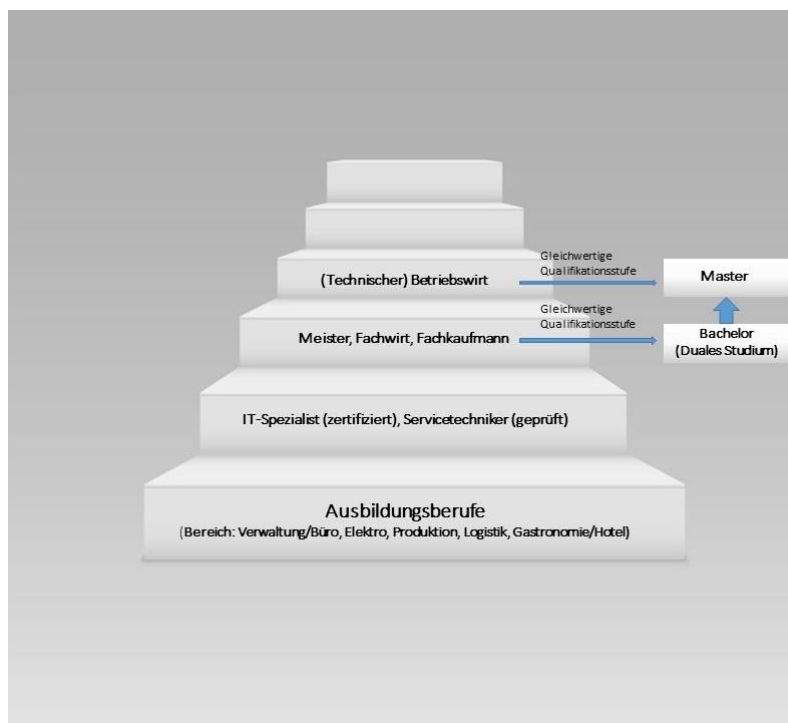


1. *Wäge ab, welcher der dargestellten Wege in ein Studium für dich am ehesten infrage kommen könnte.*
2. *Recherchiere nach Studiengängen, die gut zu deinem bevorzugten Ausbildungsberuf in der Messewirtschaft passen.*

## M7: Mit der Weiterbildung zum Bachelor-Niveau

Fortbildungsabschlüsse sind nach dem Berufsbildungsgesetz und der Handwerksordnung einheitlich geregelt und staatlich anerkannt. Insgesamt gibt es 230 bundesrechtlich geregelte Fortbildungsordnungen, die beispielsweise in der Messewirtschaft nach der Ausbildung zum Veranstaltungskaufmann/-frau oder einer anderen kaufmännischen Ausbildung zum IHK-geprüften Veranstaltungsfachwirt führen. Auch die Weiterbildung zum geprüften Meister für Veranstaltungstechnik ist möglich.

Bei diesen Fortbildungsgängen ist durch die Fortbildungsordnung genau festgelegt, welche Inhalte die Teilnehmer lernen. Am Ende des Lehrgangs, der bis zu sechs Monate in Vollzeit dauert, aber auch neben dem Beruf in 12 bis 24 Monaten absolviert werden kann, steht eine Abschlussprüfung, mit deren Bestehen die Teilnehmer die staatliche Anerkennung erhalten.



Quelle: eigene Darstellung; Foto „Treppen“ fotolia

### Deutscher Qualifikationsrahmen (DQR)

Der DQR ist eine Einordnung der unterschiedlichen Qualifikationsstufen im deutschen Bildungssystem. Er erleichtert die Orientierung und fördert auch die Vergleichbarkeit der Abschlüsse in Europa, da er sich an den Niveaustufen des europäischen Qualifikationsrahmens (EQR) anlehnt.

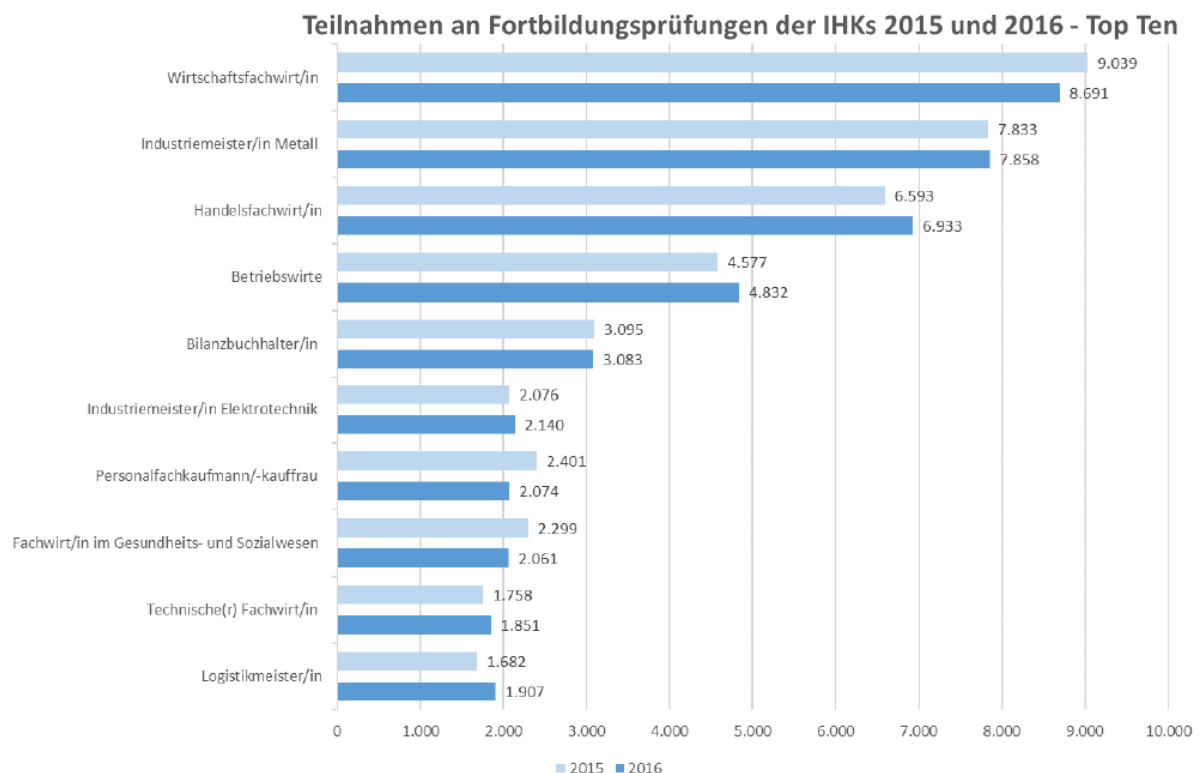
(siehe auch: <https://www.dqr.de/>)

Die Aufstiegsfortbildungen sind nach dem deutschen Qualifikationsrahmen (DQR) in drei Qualifikationsebenen gegliedert. Grundlage bilden die Erstausbildung und erste Berufserfahrungen im Unternehmen. In der Messewirtschaft können unterschiedliche Ausbildungsgänge in den Bereichen Verwaltung/Büro, Elektro, Produktion (z.B. Tischler), Logistik und Gastronomie/Hotel gewählt werden.



Wie bereits zuvor beschrieben, kann sich ein/e Veranstaltungskaufmann/-frau zum IHK-geprüften Veranstaltungsfachwirt weiterbilden lassen. Dies befähigt nach der erfolgreichen Prüfung „eigenständig umfassende und verantwortliche Aufgaben der Planung, Steuerung und Kontrolle veranstaltungsspezifischer Aufgaben und Sachverhalte unter Nutzung betriebs- und personalwirtschaftlicher Steuerungsinstrumente auszuüben.“ (Verordnung geprüfter Veranstaltungsfachwirt, Bundesgesetzblatt Jahrgang 2008 Teil I Nr. 4, 109). Damit befähigen sich die Absolventen für Aufgaben auf der mittleren Führungsebene, was nach dem DQR auf der gleichen Qualifikationsstufe wie der Bachelorabschluss liegt. Gleiches gilt für die Fortbildung zum geprüften Meister für Veranstaltungstechnik.

Auf der nächst höheren Ebene befindet sich die Fortbildung zum geprüften Betriebswirt. Er ist der höchste berufliche Abschluss, der außerhalb einer Hochschule erworben werden kann. Damit liegt er nach dem DQR auf der gleichen Qualifikationsstufe wie der Masterabschluss an Hochschulen. Betriebswirte werden in Unternehmen auf der oberen Führungsebene beispielsweise in den Bereichen Personalwesen, Geschäftsführung, Marketing, Vertrieb oder Controlling eingesetzt. Voraussetzung für diese Fortbildung ist die erfolgreich abgelegte Fortbildung zum Fachwirt. Wenn sie in Vollzeit abgeleistet wird, dann kann sie bis zu sechs Monate umfassen - neben dem Beruf muss mehr Zeit eingeplant werden.



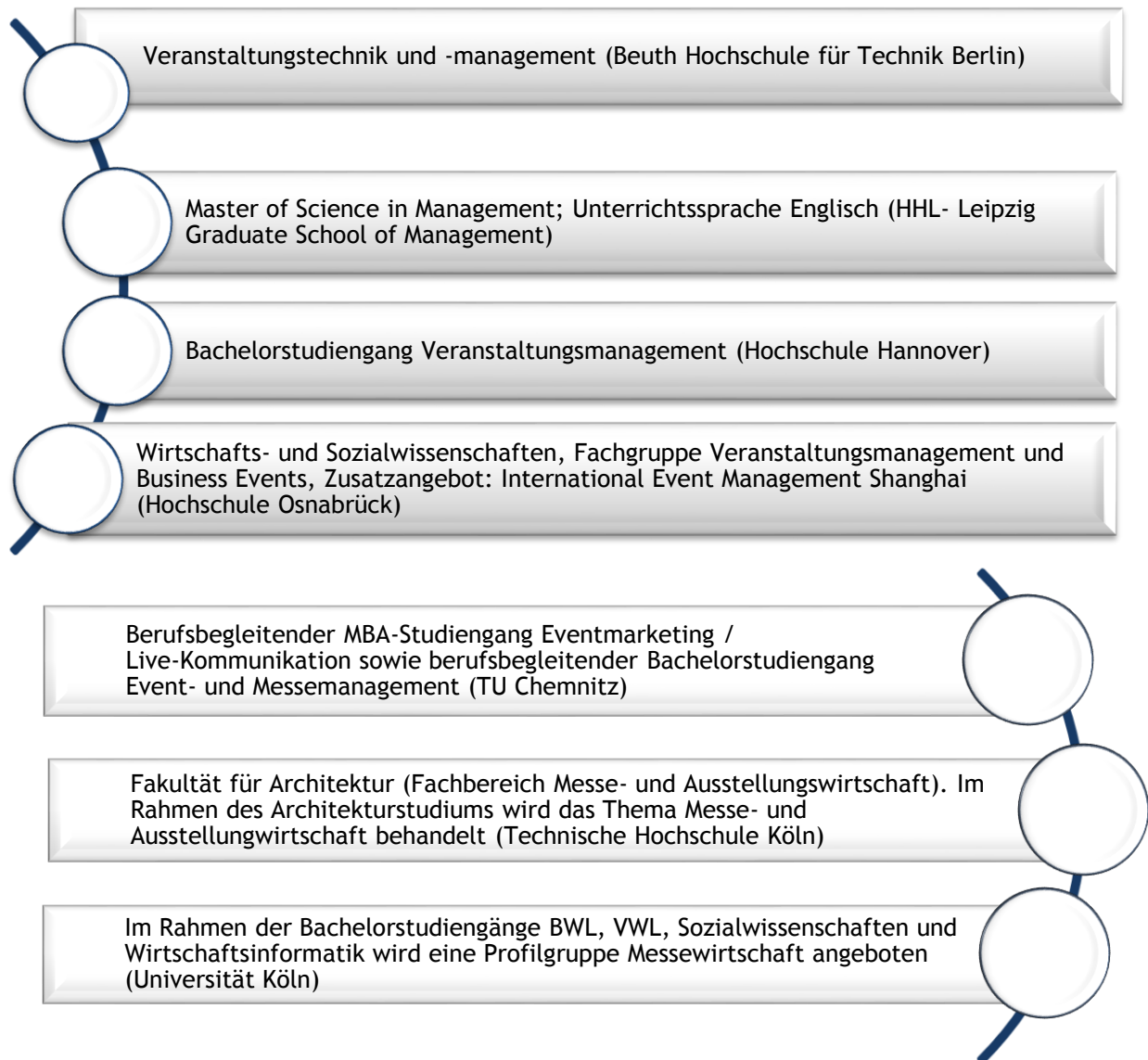
Quelle: Deutscher Industrie- und Handelskammertag e.V. (2017): DIHK-Fortbildungsstatistik 2016, 9.



1. Stelle die Fortbildungsmöglichkeiten nach einer Ausbildung in eigenen Worten dar. Gehe dabei auch auf die erweiterten Aufgabenbereiche ein.
2. Der Deutsche Industrie- und Handelskammertag hat die „Top Ten“ der gewählten Fortbildungsveranstaltungen zusammengefasst. Analysiere die für die Messwirtschaft relevanten Fortbildungen und beschreibe nach eigener Recherche deren Voraussetzungen und Inhaltsbereiche.

## M8: Studienangebote in der Messewirtschaft

Neben den dualen Ausbildungsgängen gibt es auch eine große Auswahl an Studiengängen mit Bezug zur Messewirtschaft.



### Verlauf eines Bachelor- bzw. Masterstudiums:

Ein Studium beginnt mit dem Bachelorstudium. Ein Bachelorstudium hat i.d.R. einen Umfang von drei Jahren, also sechs Semestern (ein Kalenderjahr besteht aus zwei Semestern; dem Winter- und dem Sommersemester). An einer Fachhochschule kann sich das Bachelorstudium um ein Semester verlängern. Die Studierenden legen hier ein Praxissemester als siebtes Semester ein.

Nach dem Bachelor können die Absolventen entscheiden, ob sie in die Berufstätigkeit gehen oder ein Masterstudium anhängen. Ein Masterstudium dauert i.d.R. zwei Jahre, also vier Semester. Nach dem Masterstudium kann eine Berufstätigkeit oder eine Promotion (d. h. Erwerb eines Doktor-Titels) folgen.

## Duales Studium

Dual bedeutet, dass zwei Lernorte besucht werden müssen. Neben dem Betrieb absolviert man ein Studium an einer Hochschule, einer Akademie oder an einer dualen Hochschule.

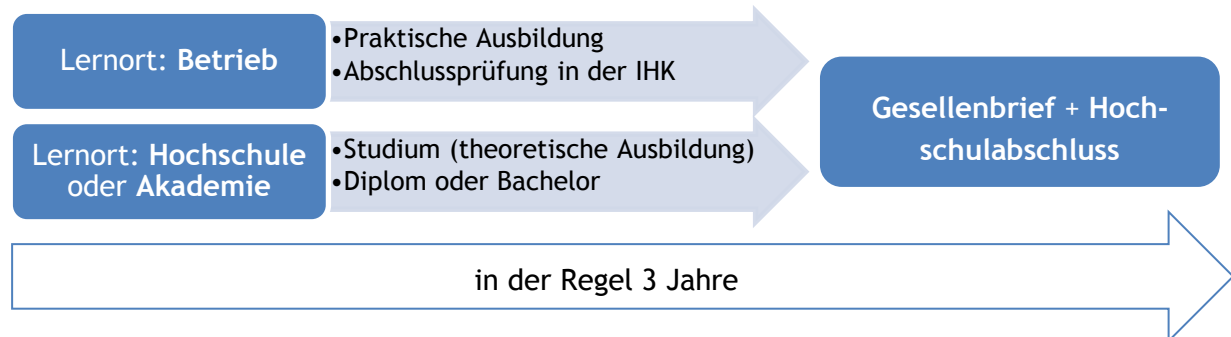
Ein beliebter dualer Studiengang in der Messewirtschaft ist **Betriebswirtschaftslehre (kurz: BWL) mit dem Schwerpunkt Messe-, Kongress- und Eventmanagement z.B. an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg, Standorte Ravensburg und Mannheim**. Die Studierenden arbeiten dabei abwechselnd drei Monate in einem Unternehmen und drei Monate befinden sie sich an der Hochschule. Die Hochschulen kooperieren hierbei mit Unternehmen, so z.



Quelle: fotolia

Messegesellschaften sind Unternehmen in öffentlichem oder privatem Eigentum, die Messen im In- und Ausland durchführen und häufig selbst Messegelände besitzen und/oder betreiben.

B. mit verschiedenen deutschen Messegesellschaften, wie z.B. der Messe Berlin.



*Die Vorteile des dualen Studiums sind*

*u. a.:*

- ... die Praxisnähe*
- ... das Gehalt am Ende eines Monats*
- ... gute Übernahmechancen*
- ... zwei Abschlüsse*

**Nachteile:**

- ... hohe Arbeitsbelastung (Berufsausbildung und Studium verlaufen parallel)*
- ... eingeschränkte Zeitplanung*
- ... Festlegung auf einen Arbeitsbereich*

Ein wesentlicher Vorteil im dualen Studium liegt in der Verbindung von Theorie- und Praxisanteilen. Was in der Universität theoretisch gelernt wird, kann im Betrieb i.d.R. umgesetzt werden. Zusätzlich erhalten die dual Studierenden bereits während ihrer Ausbildung ein monatliches Gehalt, was ein Vollzeitstudent nicht bekommt. Auch Unternehmen schätzen die Verbindung von Studium und Ausbildung im Betrieb, sodass die Übernahmechancen nach Ausbildungsabschluss gut sind. Zwei Abschlüsse in kurzer Zeit zu erreichen (Bachelor und Gesellenbrief) gehen jedoch auch mit einer hohen Arbeitsbelastung und eingeschränkten Zeitplanung einher.



- 1. Beschreibe, welche Vorteile mit Verknüpfung zwischen Theorie- und Praxisanteilen in der Ausbildung und im Studium einhergehen.*
- 2. Beurteile, ob das duale Studium zu dir passen würde. Analysiere hierfür insbesondere, ob du die hohe Arbeitsbelastung in Kauf nehmen willst und finde passende Beispiele aus deinem Schulalltag.*

## M9: Der persönliche Weg in die Messelandschaft

### Interview 1: Silje Gawanke, Veranstaltungskauffrau

- **Frau Gawanke, welchen Schulabschluss haben Sie?**  
Fachhochschulreife
- **Wo haben Sie Ihre Ausbildung absolviert?**  
Messe Berlin GmbH im Team BOOT & FUN und YOU
- **Was hat Sie dazu bewogen, eine Ausbildung im Messebereich zu absolvieren?**



Quelle: fotolia

Ich habe schon immer viel Spaß am Organisieren gehabt und wollte auch gerne eine Tätigkeit ausüben, bei der man seine Kreativität ausleben kann. So bin ich auf die Veranstaltungsbranche aufmerksam geworden. Bei der Recherche nach Ausbildungsbetrieben in diesem Bereich bin ich auf die Messe Berlin gestoßen.

- **Wie ist der Bewerbungsprozess abgelaufen? Gab es bestimmte Voraussetzungen, die man erfüllen musste?**

Nach Versand der Bewerbungsunterlagen, erhielt ich eine Einladung zum Assessment Center. Es wurden ungefähr 20 weitere Bewerber eingeladen. An einem großen Tisch saßen wir alle zusammen und jeder stellte sich kurz vor. Im Anschluss erzählte die Leiterin der Personalabteilung einiges über die Messe Berlin und die Abläufe in der Ausbildung. Es wurden einige Fragen an uns Bewerber gestellt und auch wir hatten die Möglichkeit Fragen zu stellen. Nach dem gemeinsamen Termin wurden einige zu Einzelgesprächen nacheinander in den Raum gerufen. Hier konnte man bei einem Einzelgespräch noch einmal von sich überzeugen.

Wenige Tage nach dem Auswahlverfahren gab es erneut eine Einladung zu einem Einzelgespräch. Zwei Tage nach diesem Gespräch habe ich einen erfreulichen Anruf bekommen, dass ich die Möglichkeit bekomme bei der Messe Berlin eine Ausbildung zur Veranstaltungskauffrau zu machen.

Ich denke, dass die Schulnoten nicht ganz unwichtig sind, gerade in vielen Projekten wird viel Englisch gesprochen bzw. sogar eine zweite Fremdsprache benötigt. Jedoch ist es denke ich auch wichtig, dass sich der Bewerber mit dem Unternehmen identifizieren kann und Spaß daran hat im Veranstaltungsbereich zu arbeiten.

- **Welche Kompetenzen sollte man für diesen Beruf mitbringen?**  
Kommunikations- und Teamfähigkeit, Durchsetzungsvermögen, in vielen Branchen auch gute Sprachkenntnisse.
- **Gibt es einen typischen Tagesablauf? Wenn ja, wie sieht er aus?**  
Einen typischen Tagesablauf gibt es bei uns im Team nicht wirklich. Dadurch, dass wir ein sehr kleines Team sind, übernimmt jeder Einzelne viele verschiedene Themengebiete.

- **Was würden Sie anderen jungen Menschen raten, die auch gerne in dieser Branche arbeiten würden?**

Die Veranstaltungsbranche ist eine spannende und abwechslungsreiche Branche. Viele unterschätzen aber, dass sich der Beruf fast ausschließlich am Computer im Büro abspielt. Der Kontakt mit den Ausstellern kommt durch Dienstreisen, kleinere Events der Branche und viele Telefonate und Termine dabei trotzdem nicht zu kurz.

Man sollte auch nicht vergessen, dass die meisten Events am Wochenende stattfinden und somit auch an einigen Wochenenden gearbeitet wird. Wenn einem das alles zusagt, dann könnte die Veranstaltungsbranche die richtige sein.

- **Das Beste an meinem Job ist...**

Es ist jedes Mal wieder schön, wenn man eine Veranstaltung Monate lang am PC plant und vorbereitet und im November dann plötzlich die Boote in den Hallen stehen oder die YouTuber auf der Bühne im Sommergarten stehen.

## Interview 2: Julia Martin, Verkaufsfrauen

- **Frau Martin, welchen Schulabschluss haben Sie?**

Fachabitur mit dem Schwerpunkt Wirtschaft und Verwaltung.

- **Wo haben Sie Ihre Ausbildung absolviert?**

Ich habe meine 3-jährige Ausbildung zur Verkaufsfrauen bei der Messe Berlin GmbH absolviert und während der Ausbildung mehrere Abteilungen der Unternehmung durchlaufen.

- **Was hat Sie dazu bewogen, eine Ausbildung im Messebereich zu absolvieren?**

Vor allem dazu bewogen eine Ausbildung im Messebereich zu machen, hat mich die Internationalität und das Zusammentreffen unterschiedlichster Menschen. Kunden, Messebauer, Aussteller und Besucher aus aller Welt kommen auf Messen zusammen. Messen zeigen eine Vielzahl an Innovationen zu unterschiedlichsten Themen und sind somit am Puls der Zeit. Es wird also nie langweilig.

- **Wie ist der Bewerbungsprozess abgelaufen? Gab es bestimmte Voraussetzungen, die man erfüllen musste?**

Selbstverständlich sind gute Noten eine wichtige Voraussetzung. Allerdings wird bei der Messe Berlin GmbH auch viel Wert auf den Menschen und dessen Persönlichkeit gelegt. Gute Englischkenntnisse und Auslandsaufenthalte sind gerade aufgrund der Internationalität im Messebereich gern gesehen.

- **Welche Kompetenzen sollte man für diesen Beruf mitbringen?**

Auf jeden Fall sollte einem die Zusammenarbeit mit Menschen Spaß machen. Man sollte kundenorientiert und freundlich sein. An Organisationstalent, Teamfähigkeit und Durchhaltevermögen sollte es auch nicht fehlen. Nützlich ist auch ein Gespür für Trends und Innovationen.

■ **Gibt es einen typischen Tagesablauf? Wenn ja, wie sieht er aus?**

Einen typischen Tagesablauf gibt es in diesem Sinne nicht. Selbstverständlich gibt es Aufgaben und Tätigkeiten, die immer wiederkehren. Kundenakquise, Tabellenpflege, Vermietung von Standflächen, Hallenaufbauplanung und -abnahme. Natürlich ist das auf die Messe Berlin bezogen auch davon abhängig, in welcher Abteilung man arbeitet. Im Großen und Ganzen kann man sagen, dass das Messegeschäft bunt und vielfältig ist und ebenso der Tagesablauf.

■ **Was würden Sie anderen jungen Menschen raten, die auch gerne in dieser Branche arbeiten würden?**

Organisationstalent und Spaß an der Zusammenarbeit mit Menschen.

■ **Das Beste an meinem Job ist...**

Die Vielfalt und Abwechslung an Veranstaltungen.



1. *Beschreibe in eigenen Worten den Werdegang der beiden Interviewpartnerinnen.*
2. *Analysiere, welche Kompetenzen eine interessierte Schülerin oder ein interessierter Schüler mitbringen sollte, um eine Ausbildung als Veranstaltungskauffrau/kaufmann bei der Messe zu absolvieren.*
3. *Überprüfe, ob du die genannten Kompetenzen mitbringst und ob die Arbeit bei der Messewirtschaft für dich in Frage käme.*