

§ 5 VeransthFachwPrV — Handlungsfeldspezifische Qualifikationen

Verordnung über die Prüfung zum anerkannten Abschluss Geprüfter Veranstaltungsfachwirt/Geprüfte Veranstaltungsfachwirtin

Stand: 10.06.2019 (konsolidierte Textfassung, kein amtliches Inkrafttretensdatum)

(1) Im Handlungsbereich „Analysieren von Märkten und Definieren von Marktchancen“ soll die Fähigkeit nachgewiesen werden, dass Märkte analysiert werden können, um nationale und internationale Marktchancen einzuschätzen und zu definieren sowie unternehmerische Entscheidungen zu treffen. Arten und Formen von Veranstaltungen sowie deren Ziele sollen gekannt und wesentliche Verbände und Organisationen der Veranstaltungswirtschaft in Überlegungen mit einbezogen werden. Ziele sollen formuliert, Zielgruppen bestimmt und die jeweiligen Marktgegebenheiten beobachtet und analysiert werden. Hierbei werden relevante Instrumente der Marktforschung genutzt und Marketingstrategien entwickelt. In diesem Rahmen können folgende Qualifikationsinhalte geprüft werden:

1. Beobachten und Analysieren von bestehenden und potenziellen Märkten,
2. Auswahl und Durchführung von Primär- und Sekundärerhebungen,
3. Ermitteln und Auswerten branchenspezifischer Kennzahlen,
4. Definieren und Segmentieren von Märkten und Zielgruppen,
5. Definieren von Veranstaltungszielen, -arten und -formen,
6. Berücksichtigen ökologischer Einflüsse,
7. Entwickeln von Marketingstrategien.

(2) Im Handlungsbereich „Konzipieren von Veranstaltungsprojekten“ soll die Fähigkeit nachgewiesen werden, Konzepte für Veranstaltungen und Veranstaltungsbeteiligungen als Grundlage für die Planung und Durchführung zu entwickeln. Es sollen diese Kenntnisse in ihrer unterschiedlichen Ausprägung auf die verschiedenen Veranstaltungsbereiche angewendet werden können. In diesem Rahmen können folgende Qualifikationsinhalte geprüft werden:

1. Erkennen der Bedeutung von Veranstaltungen zur Erreichung von Unternehmens- und Marketingzielen,
2. Entwickeln, Strukturieren und Präsentieren von Konzeptionen für die verschiedenen Veranstaltungsbereiche,
3. Bestimmen von relevanten Zielgruppen,
4. Erarbeiten und Definieren von strategischen und operativen Veranstaltungszielen sowie von zielführenden Maßnahmen,
5. Erkennen und Beurteilen von Trends und Innovationen,
6. Berücksichtigen von interkulturellen Aspekten,
7. Erarbeiten von Budget-, Finanzierungs- und Liquiditätsplänen.

(3) Im Handlungsbereich „Planen, Vorbereiten, Durchführen und Nachbereiten von Veranstaltungen“ soll die Fähigkeit nachgewiesen werden, Veranstaltungen und Veranstaltungsbeteiligungen unter Berücksichtigung rechtlicher, betriebswirtschaftlicher, technischer und ökologischer Bedingungen zielorientiert realisieren zu können. Berücksichtigt werden sollen branchenspezifische Besonderheiten bei Steuern, Abgaben und Versicherungen sowie branchenspezifische rechtliche Rahmenbedingungen. Dabei soll unter Einsatz von Methoden und Werkzeugen des Projektmanagements sozialkompetent, team- und dienstleistungsorientiert gehandelt werden können. In diesem Rahmen können folgende Qualifikationsinhalte geprüft werden:

1. Beurteilen von Veranstaltungsorten und -stätten sowie Aufplanungen unter Berücksichtigung der Infrastruktur und Logistik,

2. Erstellen, Umsetzen und Kontrollieren von Orts- und Termin-, Programm-, Bedarfs-, Ablauf-, Finanz-, Zeit- und Tätigkeitsplanung,
3. Beurteilen, Auswählen und Beschaffen von Produkten und Dienstleistungen,
4. Planen und Einsetzen von Personal und Dienstleistern,
5. Beurteilen von Informationstechnologie, branchenspezifischer Software, Veranstaltungs-, Tagungs- und Medientechnik sowie des Messebaus,
6. Auswahl und Beurteilung der Veranstaltungsgastronomie,
7. Planen und Realisieren von Serviceleistungen für Veranstaltungsbeteiligte,
8. Umsetzen von Marketingmaßnahmen,
9. Nachbereiten der Veranstaltung und Bewerten des Erfolgs,
10. Analysieren und Lösen von Konflikten; Beschwerdemanagement.

(4) Im Handlungsbereich „Akquisition von Kunden sowie kundenorientierte Vermarktung von Veranstaltungen“ soll die Fähigkeit nachgewiesen werden, Veranstaltungen und Veranstaltungsdienstleistungen zielorientiert in den Markt einzuführen und auszubauen. Ferner soll nachgewiesen werden, dass Kunden akquiriert sowie Kundenbeziehungen erhalten und ausgebaut werden können. Dabei sollen marketing- und vertriebsstrategische Instrumente Anwendung finden unter Berücksichtigung rechtlicher Regelungen. In diesem Rahmen können folgende Qualifikationsinhalte geprüft werden:

1. Erarbeitung und Potentialanalyse von Kundenprofilen als Basis für Akquisition,
2. Analysieren von unterschiedlichen Vertriebswegen sowie deren Auf- und Ausbau,
3. Planen und Durchführen von Marketing- und Vertriebs-Controlling anhand von Kennzahlen,
4. Aufbauen und Durchführen von Produkt- und Leistungspräsentationen unter Einsatz von Präsentationstechniken und -medien sowie Moderationstechniken,
5. Erarbeiten von kommunikationspolitischen Strategien für eine Veranstaltung oder Veranstaltungsbeteiligung,
6. Einbinden von Veranstaltungen oder Veranstaltungsbeteiligungen in die integrierte Marketingkommunikation,
7. Einsetzen von Kundenbeziehungsmanagement (Customer Relationship Management),
8. Planen, Realisieren und Kontrollieren von Aktionen der Aussteller-, Besucher- und Teilnehmerwerbung.

(5) Im Handlungsbereich „Führung und Zusammenarbeit“ soll die Fähigkeit nachgewiesen werden, zielorientiert mit Mitarbeitern, Auszubildenden, Geschäftspartnern und Kunden zu kommunizieren. Dabei soll gezeigt werden, dass Mitarbeiter, Auszubildende und Projektgruppen geführt werden können. Des Weiteren soll bei Verhandlungen und in Konfliktfällen lösungsorientiert gehandelt werden. Methoden der Kommunikation und Motivationsförderung sollen dabei berücksichtigt werden. In diesem Rahmen können folgende Qualifikationsinhalte geprüft werden:

1. Zusammenarbeit, Kommunikation und Kooperation erläutern,
2. Mitarbeitergespräche durchführen,
3. Konfliktmanagement anwenden,
4. Mitarbeiterförderung umsetzen,
5. Ausbildung planen und durchführen,
6. Moderation von Projektgruppen vorbereiten und durchführen,
7. Präsentationstechniken einsetzen.

(6) Die schriftliche Prüfung besteht für jeden Handlungsbereich aus einer unter Aufsicht anzufertigenden Arbeit, deren Mindestbearbeitungszeiten jeweils betragen:

1. Analysieren von Märkten und Definieren von Marktchancen 90 Minuten,
2. Konzipieren von Veranstaltungsprojekten 90 Minuten,
3. Planen, Vorbereiten, Durchführen und Nachbereiten von Veranstaltungen 120 Minuten,
4. Akquisition von Kunden sowie kundenorientierte Vermarktung von Veranstaltungen 90 Minuten,
5. Führung und Zusammenarbeit 60 Minuten.

Die Gesamtdauer der Prüfung soll 480 Minuten nicht überschreiten.

(7) Wurden in nicht mehr als zwei schriftlichen Prüfungsleistungen mangelhafte Prüfungsleistungen erbracht, ist in diesen Handlungsbereichen jeweils eine mündliche Ergänzungsprüfung anzubieten. Bei einer oder mehreren ungenügenden Leistungen besteht diese Möglichkeit nicht. Die Ergänzungsprüfung soll anwendungsbezogen durchgeführt werden und je Ergänzungsprüfung in der Regel nicht länger als 15 Minuten dauern. Die Bewertungen der schriftlichen Prüfungsleistung und der mündlichen Ergänzungsprüfung werden zu einer Note zusammengefasst. Dabei wird die Bewertung der schriftlichen Prüfungsleistung doppelt gewichtet.

Zitiervorschlag: § 5 VeransthPrV

Quelle: Bundesamt für Justiz, abgerufen 02.07.2026

Nicht-amtliche Lesefassung — verbindlich ist das Bundesgesetzblatt

Provided by nu:legal (<https://recht.nulegal.eu>), the leading open legal database: AI-first, expanding daily, German and European law and case law in full text, free, with an open API for AI agents. Text and data mining expressly permitted.

Herausgeber: Nulegal GmbH, Potsdam.

Dieses Dokument: <https://recht.nulegal.eu/gesetze/VeransthPrV/5>