



## Event-Nachwuchs: Branchenstudie zeigt, was Unternehmen und Studierende im Event-Bereich suchen und voneinander erwarten

Eine Studie der NÖ Sport- und Freizeitbetriebe in Kooperation mit der Fachhochschule St. Pölten zeigt die Ist-Situation in der Event-Branche im Hinblick auf Erwartungen, Stärken und Schwächen der Generation Z und was sich Studierende von den Arbeitgebern im Eventbereich wünschen.

25.10.2022, 9:13



© SANDRA HRUBY

V.l.: Fachgruppen-Geschäftsführer Franz Rauchenberger, Gert Zaunbauer, Obmann der NÖ Freizeit- und Sportbetriebe sowie die Projektleiter Harald Rametsteiner und Harald Wimmer von der FH St. Pölten.

Welche fachlichen Erwartungen stellen „Eventler“ an den Nachwuchs? Wo liegen die größten Stärken, wo die größten Schwächen der Generation Z? Wie schätzen sich die jungen Menschen selbst ein, wie werden sie von den Arbeitgebern gesehen? Welche Inhalte sollten im Studium vermittelt werden? Das sind Fragen, mit denen sich eine aktuelle Branchenstudie der NÖ Freizeit- & Sportbetriebe in Kooperation mit der Fachhochschule St. Pölten (Projektteam: Harald Rametsteiner, Harald Wimmer und Helmut Kammerzelt) beschäftigt hat. „Derartige Studien sind beim aktuellen Fachkräftemangel immens wichtig für Unternehmen. Arbeitgeber lernen so ihre Zielgruppe frühzeitig besser kennen und können schon vor der Stellenausschreibung

entsprechende innerbetriebliche Maßnahmen setzen“, erklärt Gert Zaunbauer, Obmann der NÖ Freizeit- & Sportbetriebe, die Hintergründe der Zusammenarbeit.

## Abwechslungsreich und geprägt von emotionalen Erlebnissen

„Die Ergebnisse der Studie zum Event-Nachwuchs sind eine Mischung aus Bestätigung und Überraschung. Es wird bestätigt, dass in der Eventbranche derzeit Positionen vergleichsweise schwer nachbesetzt werden können“, erklärt Harald Rametsteiner, Projektleiter und Leiter des Masterlehrgangs Eventmanagement an der FH St. Pölten. „Bei den Stärken der Generation Z als Nachwuchs bestätigen sich die Zuordnung digitaler Kompetenzen bzw. multikulturelles und nachhaltiges Denken. Überraschend ist, dass Nachwuchskräfte in der Lebensphase des Karriere-Starts den Wunsch nach Work-Life-Balance stark betonen.“ Gemeinsamer Konsens der Studie sei, dass die Unternehmen und der Nachwuchs den Job im Eventmanagement als „abwechslungsreich und geprägt von emotionalen Erlebnissen betrachten.“

## Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick

- Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass sich die Einschätzungen des Event-Nachwuchs und der Unternehmen in vielen Bereich decken, etwa hinsichtlich der **fachlichen Erwartungen**. So steht die Eventkalkulation bei beiden Gruppen — für die Experten unerwartet — auf Platz eins, was aber auch daran liegen mag, dass rund 70 Prozent der Studierenden bereits seit zumindest drei Monaten in der Branche tätig sind und wissen, was die Arbeitgeber erwarten.
- Fast idente Werte ergibt die Studie bei der Einschätzung der **Tätigkeit des Eventmanagers** als abwechslungsreich, mit der Möglichkeit, großartige Leute kennenzulernen und dem Schaffen von emotionalen Erlebnissen in tollen Locations. Auch das Bewusstsein dafür, dass dieser Job hohe Ansprüche an die Mitarbeiter stellt und auch Mehrstunden in der Hochsaison erforderlich sind, ist bei beiden Gruppen vorhanden.
- **Stärken und Schwächen:** Auch hier gibt es in vielen Kategorien übereinstimmende Ergebnisse: So sehen etwa 20,2 Prozent der Unternehmen und 18,7 Prozent des Nachwuchses digitale Kompetenzen als große Stärken der Generation Z. Beim multikulturellen Denken sind es 17,4 Prozent der Unternehmen und 17,5 Prozent der Studierenden. Auch bei der ökologischen Orientierung stimmen beide Seiten überein (15,6 Prozent der Unternehmen und 15,5 Prozent des Nachwuchses).
- Im Hinblick auf **Fachwissen, Kreativität und Engagement** gehen die Einschätzungen allerdings auseinander: 11,5 Prozent der Studenten zählen Kreativität zu ihren Stärken, allerdings nur 3,7 Prozent der Unternehmen sehen das genauso. Größeres Fachwissen: 5,5 Prozent der Unternehmen/1,2 Prozent der Studenten. Engagement: 6,3 Prozent der Studenten zählen das zu ihren Stärken, aber nur 2,8 Prozent der Arbeitgeber. „Dies mag an den generellen Tendenzen einer ausgeprägteren Work-Life-Balance bzw. Freizeitorientierung bei der Generation Z liegen und darin begründet sein, „dass die Generation arbeitet, um in Einklang mit Familie und Freizeit zu leben“, interpretieren Zaunbauer und Rametsteiner.

Alle Informationen und Details zur Studie finden Sie unter: [wko.at/noe/freizeit](http://wko.at/noe/freizeit)

## Das könnte Sie auch interessieren



### Digitalisierung im Blick: Handelstag zeigt erfolgreiche Wege und digitale Lösungen für NÖ Betriebe auf

Unterschiedliche Wege zum Konsumenten – Online und offline verschmelzen immer mehr zu einem kompetenten Angebot – E-Commerce-Service der WKNÖ unterstützt Betriebe – Braucht EU-weite Lösung gegen unfaire Wettbewerbsbedingungen > mehr



## „Tag des High Tec-Lehrlings“ machte Lust auf Berufe im metalltechnischen Bereich

300 Schüler:innen nutzten Gelegenheit, in 12 spannende Berufe zu schnuppern – Beste Nachwuchskräfte Niederösterreichs in Metalltechnik, Elektrotechnik und Mechatronik gekürt

[➤ mehr](#)



## „Frühlingserwachen“ beim Landeslehrlingswettbewerb der NÖ Floristen

Sieg für Anna Sederl – Landesinnungsmeister Kaltenböck: „NÖ Floristknachwuchs bringt Natur so richtig zum Blühen“ [➤ mehr](#)