



"Ich bin lieber mein eigener Chef!"

Sven Holland ist gerade einmal 24 Jahre alt und trotzdem kennt man ihn an der Bergstraße nur allzu gut. Denn er ist der Mann für die kreativen Eventideen. Sein Werdegang zeigt: Mit der richtigen Idee und einer ordentlichen Portion Motivation lassen sich Träume verwirklichen.



Zum Interview erscheint Sven Holland im schwarzen Hemd mit gesticktem "hollandmedia" Logo auf dem Kragen. "Das ist das Outfit für die Geschäftstermine", erklärt er mit einem Lächeln. Ein professioneller Auftritt, der den Kunden auf den ersten Blick klar macht: Dieser Mann weiß, was er will.

Mit viel Motivation, Kreativität und sicherlich auch mit den richtigen Kontakten konnten der erst 24-jährige Holland und seine eigene Medien- und Eventfirma "hollandmedia" zumindest lokal schon den ein oder anderen Erfolg verbuchen. Die Basis dafür legte er schon während der Schulzeit: Bereits in der elften Klasse organisierte er als Schülersprecher zusammen mit seinem Team unter anderem ein Sommerfest und eine eigene Castingshow an seinem Heimatgymnasium in Weinheim an der Bergstraße.

Und schon damals wusste Sven, dass die klassische Laufbahn mit Abitur, Studium oder Ausbildung und dem dazu passenden Berufseinstieg nichts für ihn ist. Im Gegenteil: Zwischenzeitlich sah es so aus, als ob er noch nicht einmal das Abitur fertig machen würde.

Er wollte sich selbstständig machen, das tun, was ihm am meisten Spaß machte und mit seinem Talent für kreative Ideen und Organisation Events in der Umgebung planen. Die Schule geriet zunächst in den Hintergrund, bot ihm aber gleichzeitig auch die erste Möglichkeit, seine Ideen zu verwirklichen.

Von der Schule zum Verein

Doch das Werner Heisenberg Gymnasium blieb nicht lange der einzige Wirkungsort: durch seine Freundin kam er 2007 zum benachbarten Sportverein TSV Birkenau. Dort arbeitete man gerade an einem neuen Image für die weibliche Jugend und das junge Team im Verein hatte viele Pläne – Ziele mit denen auch Sven sich identifizieren konnte. Sein Interesse für Mediengestaltung befähigte ihn, neben dem Abitur die Homepage sowie diverse Pl



akate und Flyer für den Verein zu gestalten.

Mit dem Engagement kamen dann auch andere Kontakte innerhalb der Ortschaft, aber auch zu anderen, jungen Selbstständigen und es entwickelte sich ein regelrechtes Netzwerk von jungen, engagierten, motivierten Menschen mit kreativen Ideen. Das Abitur wurde da fast schon zur Nebensache.

Die Image-Kampagne für den Sportverein kam sehr gut an, das Sportliche stimmte auch und so wurde die weibliche Jugend des TSV unter Anderem vom DHB mit dem Gütesiegel der Deutschen Handballjugend ausgezeichnet – nicht zuletzt auch wegen der Flyer und Aktionen von Sven Holland. Das machte auch den Gesamtverein aufmerksam und Sven wurde gebeten, bei der Werbung und Organisation für die 125 Jahr-Feier des Traditionsvereins mitzuhelfen. Der Stein kam langsam ins Rollen.

Bis heute ist der Jungunternehmer im Verein engagiert: In diesem Jahr entwarf er zum Beispiel die Kampagne zur Deutschen Meisterschaft der weibliche B-Jugend. Zusammen mit Simon Hofmann, einem weiteren jungen Kollegen, der für die passenden Fotos sorgte, gelang es Sven eine Kampagne auf die Beine zu stellen, die letztendlich jeweils gute 600 Zuschauer an zwei Spieltagen in die ortseigene Sporthalle brachte, um die weiblichen B-Jugend zu unterstützen – das sind Dimensionen, die vorher gerade für ein Jugendspiel undenkbar gewesen wären.

Erfolg durch Emotionen

Sven weiß eben, auf was es den Zuschauern ankommt: sie wollen mitgerissen werden, die Emotionen spüren. Und genau das schaffte er mit seiner Kampagne "Fieber mit". Allein das Werbevideo hatte in der ersten Woche schon 2.000 Klicks auf Facebook – ein Erfolg, mit dem niemand gerechnet hätte. Um das Erlebnis noch einmaliger zu machen, erstellte Sven auch noch eine emotionale Einlaufshow, die die Zuschauer noch mehr in den Bann reißen sollte. Auch diese überzeugte und am Ende staunten sowohl die Birkenauer als auch die gegnerischen Mannschaften nicht schlecht über das, was da beim TSV auf die Beine gestellt wurde.





Das bisher größte Projekt der Ein-Mann-Agentur war sicherlich das Sommer-Open-Air 2011 in Birkenau. An drei Abenden wurden drei verschiedene Veranstaltungen geboten, die jede Altersklasse abdeckten: Das Festival startete mit der norddeutschen Band [Revolverheld](#). Am Samstag dann war unter Anderem Patrick Lindner bei einem Abend der Volksmusik auf der Bühne zu hören. Abgeschlossen wurde das Wochenende schließlich von Comedian Bodo Bach, der die Birkenauer zum Lachen brachte. Noch heute identifiziert man Holland Media mit dem Sommer-Open-Air – Kunden erinnern sich an das Erlebnis oder erkennen Sven aus dem Bericht der Lokalzeitung.

Die Aufträge strömen zwar noch nicht im Übermaß ein, aber das ist auch nicht das Wichtigste für den Jungunternehmer: Er will, dass die Leute von seinen Veranstaltungen begeistert sind. Er sucht das Besondere, das Persönliche, dass die Zuschauer ein Event nicht vergessen lässt. Und er weiß auch, dass die Konkurrenz gerade im Eventbereich sehr hoch ist.

Daher braucht er genau diese Nische, um erfolgreich zu sein. Bis jetzt zumindest geht das Konzept auf. Er hat schon das nächste größere Projekt im Auge und die Aufträge der Birkenauer Vereine sind ihm auch längerfristig sicher. Das größte Lob aber kommt am Ende von den Kunden, wenn diese nach der Veranstaltung einfach nur noch eines sagen: "Wow!"

Links zur [Kampagne zum Mitfiebern](#) und zur [Agentur](#)

(Text: Carolin Schmitt / Fotos: Simon Hoffmann)