

Event-Management

Mit Live-Kommunikation begeistern

Stephan M. Hirt (Hrsg.)

INHALTSVERZEICHNIS

1. GRUNDLAGEN

- 13–21
Begriffe, Definitionen, Akteure, Relevanz •
Stephan M. Hirt
- 23–27
Warum Events? Grundlegendes zur Wirkung •
Dorothea Schaffner
- 29–50
Planen, umsetzen, dazulernen • *Stephan M. Hirt*
- 51–59
Grundlagen der Dramaturgie und Inszenierung •
Ines Fischer Gull
- 61–67
*Von „eventzentriert“ zu „teilnehmerzentriert“ –
neue Chancen und Herausforderungen* •
Roland Köppel
- 69–72
Emotionale Intelligenz im Event-Management •
Thomas Wüthrich
- 73–86
*Event-Scorecard und strategisches Event-
Management-System für Destinationen* •
Jürg Stettler, Heinz Rütter, David Caliesch
- 87–98
Mobilitätsmanagement bei Veranstaltungen •
Helmut Schad, Yann Stricker
- 99–108
*Kommunikation in mittelgrossen Schweizer
Unternehmen – Bestandesaufnahme und
Handlungsempfehlungen* • *Michael Boenigk*

2. ANWENDUNGEN

- 113–120
Integrierte Event-Kommunikation • *Christina Spindler*
- 121–130
*Aus Sicht einer Agentur: Briefing, Konzeption,
Realisation* • *Thomas Wüthrich*
- 131–136
Erfolgskontrolle • *Thomas Wüthrich*
- 137–143
*Live-Kommunikation: Rahmenbedingungen für
erfolgreiche Markenerlebnisse* • *Pius Sidler*
- 145–152
*Dramaturgie und Inszenierung: Eintauchen in
parallele Welten* • *Xavier Bellprat*
- 153–160
Dreidimensional gestalten, stylen, kommunizieren •
Roberto Lazzari
- 161–167
Catering • *Jacky Donatz*
- 169–176
E-Management – Management der Emotionen •
Simon Ackermann
- 177–186
*Event-Architektur: Der bewusste Umgang mit dem
Unbewussten* • *Christof Murer*
- 187–194
Sicherheit durch Risikomanagement • *Pius Segmüller*
- 195–204
Rechtsfragen • *Matthias Ebnetter*
- 205–210
Qualität im Event-Management • *Daniel Tschudy*
- 211–216
Nachhaltigkeit im Event-Management • *Gerrit Jessen,
Matthias Kühne*

217–232

Medienarbeit • Patrick Senn

233–238

Sponsoring • Alexander Schmidt

239–245

Events und Social Media • Florian Wieser

247–251

Trends in der Live Communication • Simon Ackermann

253–256

Messen und Ausstellungen • Andreas Messerli

257–261

Incentives • Daniel Tschudy

3. PRAXISBEISPIELE

265–267

Amway China zu Besuch in der Schweiz •
Sophie Deletraz

269–272

Roadshow „Smart, Urban Stage“ • Richard Staub

273–279

*Von der Kunstmesse zum Kunstevent –
Die Art Basel Miami Beach* • Peter Vetsch

281–285

*Die Tagung „Translating Cultures: Swiss Chinese
Explorations“* • Sophie Lamparter, Aida Suljic

287–291

FIFA Fussball-Weltmeisterschaft Südafrika 2010 •
Rainer Quenzer

293–298

Outdoor-Testevents mit Kunden • Christian Gisi

299–303

Ausstellung Vincent van Gogh in Basel 2009 • Reto Rey

305–307

Medienarbeit – Swiss Hotel Film Award • Patrick Senn

309–313

*Wie Finanzdienstleistungen und Infotainment
zusammenkommen* • Pius Sidler

315–320

Zirkusshow • Sylvia Stocker

321–331

Event-Architektur – Litill Island • Jan-Peter Keller

4. CHECKLISTEN

334–335

To-do • Thomas Wüthrich

336–337

Regieplan • Thomas Wüthrich

338–340

Arbeitsbudget • Thomas Wüthrich

341–343

Rechtliche Aspekte • Matthias Ebnetter

5. ANHANG

346–347

Web-Ressourcen

348–349

Bildnachweise

351

Dank