
Literatur

- American Marketing Association: Definition of marketing. (2013). <https://www.ama.org/AboutAMA/Pages/Definition-of-Marketing.aspx>. Zugegriffen: 21. Sept. 2017.
- Bauer, T. (2017). Projektmanagement für Kongresse. In C. Bühnert & S. Luppold (Hrsg.), *Praxishandbuch Kongress-, Tagungs- und Konferenzmanagement* (S. 537–566). Wiesbaden: Springer Gabler.
- Bühnert, C. (2013). Veranstaltungsformat. In M. Dinkel, S. Luppold, & C. Schröer (Hrsg.), *Handbuch Messe-, Kongress- und Eventmanagement* (S. 199–212). Sternenfels: Wissenschaft & Praxis.
- Cahill, L., Babinsky, R., Markowitsch, H., & McGaugh, J. (1995). The amygdala and emotional memory. *Nature*, *377*, 295–296.
- Dams, C., & Luppold, S. (2016). *Hybride Events. Zukunft und Herausforderung für Live-Kommunikation*. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Das Magazin. (2016). Ich habe nur gezeigt, dass es die Bombe gibt. <https://www.dasmagazin.ch/2016/12/03/ich-habe-nur-gezeigt-dass-es-die-bombe-gibt/>. Zugegriffen: 21. Sept. 2017.
- Dunbar, R. I. M., Duncan, N. D. C., & Marriott, A. (1997). *Human conversational behavior. Human nature* (S. 231–246). New York: Springer Nature.
- Esch, F.-R. (2014). *Strategie und Technik der Markenführung*. München: Vahlen.
- Esch, F.-R. (2016). *Das Prinzip Marke: Was Marken zu Persönlichkeiten macht*. München: Vahlen.
- FAMAB Event-Klima. (2012). Die Entwicklung und die Trends der Live-Kommunikation. Eine Expertenbefragung im Auftrag des Forum Marketing-Eventagenturen im FAMAB e. V.
- FAMAB Research. (2016). Die Zukunft des Marketing. Kommunikationsstudie, FAMAB e. V.
- Held, B. (2011). Wie sag ich's dem Autopilot? – (Be)Lohnende Inszenierung von Events. In S. Luppold (Hrsg.), *Event-Marketing: Trends und Entwicklungen* (S. 127–137). Sternenfels: Wissenschaft & Praxis.
- Kirchgeorg, M., Springer, C., & Brühe, C. (2009). *Live Communication Management: Ein strategischer Leitfaden zur Konzeption, Umsetzung und Erfolgskontrolle*. Wiesbaden: Gabler.
- Köhler, H.-U. (2011). *Die perfekte Rede. So überzeugen Sie jedes Publikum* (2. Aufl.). Offenbach: Gabal.

- Kötter, H. (2013). Messetypologie. In M. Dinkel, S. Luppold, & C. Schröer (Hrsg.), *Handbuch Messe-, Kongress- und Eventmanagement* (S. 154–156). Sternenfels: Wissenschaft & Praxis.
- Krücken, S. (2016). *Sturmwarnung: Das aufregende Leben des Kapitäns Jürgen Schwandt*. Hollenstedt: Ankerherz.
- Leber, M. (2013). Musterversammlungsstättenverordnung. In M. Dinkel, S. Luppold, & C. Schröer (Hrsg.), *Handbuch Messe-, Kongress- und Eventmanagement* (S. 168–170). Sternenfels: Wissenschaft & Praxis.
- Lewin, K., Lippitt, R., & White, R. K. (1939). Patterns of aggressive behavior in experimentally created social climates. *Journal of Social Psychology*, *10*, 271–301.
- Luppold, S. (2013). Event. In M. Dinkel, S. Luppold, & C. Schröer (Hrsg.), *Handbuch Messe-, Kongress- und Eventmanagement* (S. 70–72). Sternenfels: Wissenschaft & Praxis.
- Maier, M., & Luppold, S. (2017). Die 7 Faktoren für ein erfolgreiches Projektmanagement. In C. Bühnert & S. Luppold (Hrsg.), *Praxishandbuch Kongress-, Tagungs- und Konferenzmanagement* (S. 523–536). Wiesbaden: Springer Gabler.
- Markowitsch, H. J. (2002). *Dem Gedächtnis auf der Spur: Vom Erinnern und Vergessen*. Darmstadt: Primus.
- McCarthy, J. (2005). *Basic marketing a global managerial approach* (11. Aufl.). Canadian: Irwin.
- McGaugh, J. L., & Cahill, L. (1995). *The neurobiology of memory for emotional events. Cold Spring Harbor Symposia on Quantitative Biology*. New York: Cold Spring Harbor Laboratory Press.
- Mikunda, C. (2009). *Warum wir uns Gefühle kaufen: Die 7 Hochgefühle und wie man sie weckt*. Berlin: Econ.
- Moroff, M., & Luppold, S. (2017). *Planung und Umsetzung sicherer Events: Handeln und Lernen aus Erfahrungen bei Veranstaltungen*. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Riesch, M., & Kerst, A. (2011). *Eventrecht Kompakt* (2. Aufl., S. 307 ff.) Heidelberg: Springer.
- Roth, G. (2002). 90 Prozent sind unbewusst. *Psychologie heute*, *2*, 44–49.
- Scheier, C., et al. (2012). *Codes – Die geheime Sprache der Produkte* (2. Aufl.). Freiburg: Haufe.
- Springer Gabler Verlag (Hrsg.), Gabler Wirtschaftslexikon, Stichwort: Involvement. <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/8445/involvement-v8.html>. Zugegriffen: 21. Sept. 2017.
- Striegel, L., & Luppold, S. (2016). *Pro und Contra Pöchteilnahme: Ein Handlungsrahmen für die richtige Entscheidung*. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Watzlawick, P., Beavin, J. H., & Jackson, D. D. (2007). *Menschliche Kommunikation. Formen, Störungen, Paradoxien* (11., unveränd. Aufl.) Bern: Huber.
- Wikipedia. (2017a). <https://de.wikipedia.org/wiki/Timecode>. Zugegriffen: 21. Sept. 2017.
- Wikipedia. (2017b). <https://de.wikipedia.org/wiki/Involvement>. Zugegriffen: 21. Sept. 2017.
- With hot coffee, we see a warm heart, Yale Researchers Find. (23. Oktober 2008). *YaleNews*. <http://news.yale.edu/2008/10/23/hot-coffee-we-see-warm-heart-yale-researchers-find>. Zugegriffen: 21. Sept. 2017.
- Zanger, C. (2001). *Vahlens Großes Marketing-Lexikon* (S. 439). München: Vahlen.
- Zhong, C., & Leonardelli, G. (2008). *Psychological science* (Bd. 19). Toronto: APS Journals.

Weiterführende Literatur

Event-Management

- Nickel, O. (2007). *Eventmarketing. Grundlagen und Erfolgsbeispiele* (2. Aufl.). München: Vahlen.
- Nufer, G. (2012). *Event-Marketing und -Management: Grundlagen – Planung – Wirkungen – Weiterentwicklungen* (4. Aufl.). Wiesbaden: Gabler.
- Rübner, W., & Wünsch, U. (2009). *Professionelles Projektmanagement in Kultur und Event: Baupläne, Kompetenzen, Methoden, Werkzeuge*. Göttingen: Business Village.
- Schäfer-Mehdi, S. (2012). *Eventmarketing. Kommunikationsstrategie, Konzeption und Umsetzung, Dramaturgie und Inszenierung* (4. Aufl.). Berlin: Cornelsen.
- Wünsch, U., & Thuy, P. (Hrsg.). (2007). *Handbuch Event-Kommunikation. Grundlagen und Best Practice für erfolgreiche Veranstaltungen*. Berlin: Schmidt.

Dramaturgie & Inszenierung

- Gundlach, A. (2013). *Wirkungsvolle Live-Kommunikation. Liebe Deine Helden: Dramaturgie und Inszenierung erfolgreicher Events*. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Merkwitz, R., & Rübner, W. (2014). *Alles nur Theater?! Wie Marketing-Profis Events inszenieren*. Sternenfels: Wissenschaft & Praxis.
- Mikunda, C. (2011). *Der verbotene Ort. Oder die inszenierte Verführung*. München: mi-Wirtschaftsbuch.
- Sammer, P. (2015). *Storytelling. Die Zukunft von PR und Marketing*. Heidelberg: O'Reilly.

Präsentationen, Reden & Vorträge

- Duarte, N. (2009). *Slide:ology. Oder die Kunst, brillante Präsentationen zu entwickeln*. Heidelberg: O'Reilly.
- Duarte, N. (2012). *Resonate. Oder wie Sie mit packenden Storys und einer fesselnden Inszenierung Ihr Publikum verändern*. Weinheim: Wiley-VCH.
- Joost, A. (2013). *Mit Worten bewegen. Präsentationen und Reden, die wirklich begeistern*. Weinheim: Wiley-VCH.
- Köhler, H.-U. (2011). *Die perfekte Rede. So überzeugen Sie jedes Publikum* (2. Aufl.). Offenbach: Gabal.

Rechtliches

- Risch, M., & Kerst, A. (2011). *Eventrecht kompakt* (2. Aufl.). Berlin: Springer.

Markt- und Werbepsychologie/Neuromarketing

- Domning, M., Elger, C. E., & Rasel, A. (2009). *Neurokommunikation im Eventmarketing*. Wiesbaden: Gabler.
- Häusel, H.-G. (Hrsg.). (2014). *Neuromarketing* (3. Aufl.). Freiburg: Haufe.

- Mikunda, C. (2009). *Warum wir uns Gefühle kaufen: Die 7 Hochgefühle und wie man sie weckt*. Berlin: Econ.
- Raab, G., Gernsheimer, O., & Schindler, M. (2013). *Neuromarketing*. Wiesbaden: Springer.
- Scheier, C., Bayas-Linke, D., & Schneider, J. (2012). *Codes – Die geheime Sprache der Produkte*. Freiburg: Haufe.
- Von Rosenstiel, L., & Neumann, P. (2002). *Marktpsychologie*. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgestaltung.

Sachverzeichnis

A

Abhängigkeit, 102
Ablaufplan, 86, 89, 104, 108
Ablauf-Regisseur, 4
Abweichung
 asynchrone, 32
 synchrone, 32
Agentur, 50, 51, 56, 59, 64, 71, 76, 95, 109,
 110, 113, 116, 124, 126, 133, 135,
 148, 155
Agieren, arbeitsteiliges, 170
Aktivierung, 87
All-Inclusive-Paket, 170
Amerika, 157, 158
Amygdala, 12
Änderung, 137, 138
Anfang, 91
Animation, 80, 95
Animationsgeschwindigkeit, 95
Applaus, 74, 130, 143, 144
Arbeitsplatz des Regisseur, 139
Arbeitspsychologie, 43
Architektur, 161
Asien, 156, 157
Auftreten, 46, 47, 52
Auftrittsjingle, 119, 143
Augmented Reality, 42
Ausschreibung, 78
Autofahrer, 114
Automobilbranche, 7

Automobilmesse, 7
Autorität, 57
 natürliche, 46
 wertschätzend-wachsamer, 46

B

Back to the roots, 161
Backup, 113, 145
Bauchbinde, 96
Belastungsgrenze, 168
Beleuchtung, 27, 28
Beteiligung, emotionale, 89
Bewegtbild, 80
Bewegungsgeschwindigkeit, 95
Bewusstsein, 17
Big Data, 168
Bildregie, 121, 122
Bildregisseur, 113, 120, 121
Bildschnitt, 122
Bildsprung, 122
Blogger, 167
Bombendrohung, 151
Briefing, 94
 Darsteller, 131
 Medien, 95, 99
 Musik, 99
Budget, 6, 132
Bühnenmarkierung, 116, 118

C

Catering, 132, 163
Changemanagement, 164
Chief Digital Officer, 165
Commitment Act, 94
Content, 95, 98
 Liste, 98
Crew, 44
 Catering, 132
CSR (Corporate Social Responsibility), 162
Cue, 96, 118, 142
Cut in action, 123

D

D3, 39
Datenvolumen, 43, 166
Deadline, 102
Deeskalation, 47
Delay, 32, 33, 119
 Audio, 32, 33
Differenz, 21
Digital Natives, 167
Digitalisierung, 164
Disruption, 164
Dissonanz, kognitive, 20, 22, 66, 92
Distributionspolitik, 11
DMC (Destination Management Company), 158
Dolmetscher, 158
Double, 119, 125
3D-Raum, 38, 39
Durchlaufprobe, technische, 119
Durchsage, 151

E

Einbindung, 87, 88
Einstellungsgröße, 123
Element, digitales, 167
Emotion, 11, 13, 14, 87, 90
Emotionalisierung, 14, 162, 163
Ende, 94
Entscheidung, 168
Entscheidungsfindung, 157
Entscheidungsprozess, 157

Entscheidungsstärke, 47
Epileptiker, 95
Erinnerung, 12
Etat, 6
Event-Regisseur, 4
Experiment, 12, 18, 19

F

Fachkompetenz, 10, 57
Fachkongress, 90
Fahrer, 116
Fahrzeug, 115
Fahrzeugballett, 5, 111, 115, 138
Fakt, 52
Farbe, 14
Farbtemperatur, 26
Feedback, 153, 157
 Audio, 30
 Regel WWW, 55
Fehler, 144, 148
Fernsehmoderator, 74
Fernseh-Regisseur, 3
Feuer, 151
Film, 80, 148
Film-Regisseur, 3
Filmzuspieler, 80, 128
Flexibilität, 169
Folgekosten, 54
Führung, 43, 51, 147
Führungskamera, 117
Führungspersönlichkeit, 57
Führungsstil, 45
 autoritärer, 45, 46
 Laissez faire, 45

G

Gassenlicht, 28
Gastredner, 71
Gedächtnis, 13, 90
Gefahrenlage, 151
Gefühl, 12, 13, 15
Gegenlicht, 28
Gehirn, 12, 17, 20
GEMA, 82

- Generalprobe, 136
Geschichte, 90
Geschmack, 52, 69
Geschmacksentscheidung, 52, 69
Gestaltungselement, 95
Gestik, 46
Gesundheit, 169
Glaubwürdigkeit, 47, 167
Globalisierung, 164
Grafik
 Animation, 95
 Element, 96
- H**
Handover, 109
Hierarchie, 157
Hippocampus, 12
Hire and fire, 133
Hirnaktivität, 12, 17
Höhepunkt, 92
 emotionaler, 92
Hormon, 13
Hostess, 130
- I**
Image, 22
Improvisation, 138, 148, 156
In-Ear, 33, 125, 149
Influencer, 166
Inszenierungs-Film, 97
Interaktion, 85, 87, 167
Intercom, 79, 113, 139, 146
 Partyline, 113
 Regel, 146
Involvement, 72, 87
- K**
Kamera, 24, 26, 32, 34, 112, 113, 116, 120, 121, 128
Kamerabild, 117, 126
Kameraeinstellung, 32, 121
Kameramann, 112, 113
Kameraposition, 116
Kameraprobe, 121
Kanal, Intercom, 113
Kaschieren eines Fehlers, 148
Keynote-Speaker, 71
Kinetik, 83
Klangqualität, 31
Kleidung, 136
Kommunikation, 11, 14, 52, 146, 156
Kommunikationskultur, 156
Kommunikationspolitik, 11
Kommunikationsregel, 146
Kompensationszahlung, 163
Kompetenz, 48, 52
Kompetenzfelder, 10
Komplikation, 144, 146
Komponente, 69
Konflikt, 157
Kongruenz, 21
Kontinuität, 107
Kontrolle, 47
Konzeption, 168
Körperhaltung, 46
Krankheit, 169
Kritik, 153, 156
Kronen-Moment, 53
Kugelmikrofon, 30
Kunde, 59
Kundenführung, 50, 51, 133
Kunst, 55
Künstler, 24, 33, 55, 73, 80, 81, 100, 120, 133
 Auswahl, 73
Kunstlicht, 26
- L**
Langzeitgedächtnis, 12, 13
Laudator, 72
Lavalier, 31
LED, 25
Licht, 24
 hartes, 25
 kamerataugliches, 24
 weißes, 26
Lichtdesigner, 26
Lichtsetzung, 26

Lichttechnik, 24
 lippensynchron, 32
 Live-Bild, 24, 32, 112, 117, 121, 122
 Live-Stream, 123
 Live-Technologie, interaktive, 85
 Live-Übertragung, 123
 Logistik, 56
 Lösungsorientierung, 53

M

Mapping, 38, 39
 Markenpositionierung, 65
 Marketing, 9, 61, 64
 Event, 6
 Influencer, 167
 Instrument, 10
 Positionierung, 64
 Markierung, Bühne, 116, 118
 Medienbespielung, 96
 Medien-Briefing, 95
 Medienliste, 98
 Medienserver, 34, 36, 99, 150
 live-generierender, 36, 40
 Timeline-basierter, 36
 Medientechnik, 34
 Medientechniker, 37
 Medienzuspieler, 34
 Menschlichkeit, 48
 Metaphorik, 18, 19
 Mikrofon, 28, 29, 33, 128, 140
 Mikrofontyp, 29
 Mimik, 46
 Mitarbeiterführung, 45
 Moderationskarte, 141
 Moderationsleitfaden, 124
 Moderationstext, 124
 Moderator, 33, 74, 118, 124, 135, 150
 Fernsehen, 74
 Motivation, 46, 87, 130, 132, 157
 Multi-Channel, 168
 Musik, 81, 99, 143
 Briefing, 99
 Einlass, 81
 GEMA, 82
 Showmusik, 81, 143

N

Nachhaltigkeit, 162
 Nervosität, 134, 140
 Neuromarketing, 69
 No-Show-Quote, 163
 Notfall, 151, 152

O

Ökologie, 162
 One show – one call, 135
 Operator, 23
 Orientierungspunkt, 116
 Outfit, 136
 Out-of-Sync, 32

P

Pandoras Box, 38
 Panik-Vermeidung, 152
 Panne, 125, 144, 146
 Partizipation, 87, 162, 167
 Partyline, 113
 Pause, 131
 Personal austauschen, 133
 Personalplanung, 169, 170
 PiP (Picture in Picture), 35, 98, 106
 Pitch, 59, 155
 Plan B, 134, 138, 145, 146
 Planung, technische, 76
 Planungsbüro, 77
 Playback-System, 36
 Positionierung, 61, 64–66, 68
 konkurrierende, 68
 Markenpositionierung, 65
 Produktpositionierung, 65
 Umsetzung, 66
 Unternehmenspositionierung, 65
 PowerPoint, 165
 Präsentation, 96
 Präsenz, 74, 125, 127
 Pre-Production, 94
 Preroll, 96
 Preset, 35
 Probe, 104, 108–110, 115
 Ablauf, 110
 Psychologie, 134

Redner, 126
 Showact, 120
 technische, 116
Probenplan, 110, 111, 113, 131, 133
Probenstruktur, 110
Probezeit, 132
Produktions-Timeline, 52, 102
Produktpositionierung, 65
Projekt, internationales, 155
Projektleiter, 50, 51, 64, 102, 109, 116
Projekt-Management, 155
Projektzeitenplan, 102
Protagonist, 92
Prozessstrukturierung, 170
4 Ps (Product, Price, Place, Promotion), 11
Psychologie, 43, 134
 Probe, 134
Pünktlichkeit, 156

Q

Qualitätssiegel, 162

R

Rede, 70
Redetempo, 129
Redner, 69, 117, 126
 externer, 70
 Gastredner, 71
 Hände, 129
 interner, 69
 Keynote-Speaker, 71
 Kleidung, 130
 Körperhaltung, 128
 Laudator, 72
 Position, 117, 118, 127
 Probe, 126
 Uhr, 128
Rednerpult, 127
Regie-Assistent, 6, 107, 141
Regiemeeting, 112
Regieplan, 86, 104, 112
 Änderung, 108
 Format, 107

Regisseur
 Arbeitsplatz, 139
 callen, 118, 119
Rendern, 40, 41
Renderzeit, 40
Reveal, 92
Richtcharakteristik, 29
Risiko, 137, 139, 148, 158
Rückkopplung, 31
Rückmeldung, 48

S

Schallgeschwindigkeit, 32
Schallquelle, 28
Schallwelle, 28, 29
Scheinwerfer, 25
Schnittfrequenz, 123
Schulterblick, 133
Screen Management System, 35
Selfie, 166
Shot, 166
Show, 139
 callen, 143
Showabbruch, 151
Showact, 73, 120, 149
 interaktiver, 100, 102
Show-Caller, 5, 56, 61
Showflow, 86
Show-Komponente, 69
Showmusik, 81, 143
Showstart, 142
Sicherheit, 120, 151, 152
Sicherheitsanweisung, 152
Sicherheitsbeauftragte, 152
Sicherheitsgefühl, 135, 140, 156
Sicherheitsvorkehrung, 120
Smartphone, 85, 167
Social Robots, 168
Soundcheck, 125, 126
Special Effect, 83
Stagehand, 130
Stage-Manager, 5, 107, 141
Staging, 117, 125, 128
Standby, 119, 131, 141, 142

Stand-In, 119, 125
 Stimmlage, 47, 129
 Story, 90
 Storybook, 86
 Storytelling, 90
 Streulicht, 117
 Stromausfall, 151
 Switcher, 34, 35
 Synchronisation, 84
 Synchronität, 143

T

Tageslicht, 26
 Tänzer, 115, 120
 Team, 45, 51, 168
 Wahrnehmung, 145
 Zusammenstellung, 51
 Technik, 75
 Ausschreibung, 78
 Intercom, 79
 Kinetik, 83
 Planungsbüro, 77
 Qualitätssicherung, 78
 Synchronisation, 84
 technische Planung, 76
 Timecode, 84
 Techniker, 112, 118, 119
 Teleprompter, 113, 118, 128, 141
 Theater-Regisseur, 3
 Timecode, 84
 Timeline, 102
 Timing, 97
 Ton-Delay, 33
 Tonloch, 143
 Tontechnik, 28
 Tracking, 38, 39
 Transformation, digitale, 164
 Trend, 161

U

Übergang, 35, 37, 40, 120
 Überlastung, 169
 Überzeugung, 23

Umstrukturierung des Projekt-Team, 109
 Umweltschutz, 164
 Unterbewusstsein, 17
 Unternehmenspositionierung, 65
 USA, 157, 158

V

Ventuz, 41
 Verankerung, emotionale, 11
 Veranstaltungsformat, 7
 Veranstaltungstechnik, 23
 Verhalten, 19, 87
 Versagen, menschliches, 145
 Verständnis, 49
 Vertrauen, 51
 Vorderlicht, 27
 Vorprobe, 115
 Vorschaumonitor, 113, 128
 vvvv-System, 42

W

Wachsamkeit, 49
 Wahrnehmung, 145
 Watchout, 37
 Weißlicht, 26
 Wings, 38
 Wirkung, 14, 17
 Wirkungspsychologie, 69
 WWW (Wahrnehmung, Wirkung,
 Wunsch), 54

Z

Zeit gewinnen, 150
 Zeitdruck, 147
 Zeitersparnis, 103
 Zeitpuffer, 102, 150
 Zertifikat, 162
 Zertifizierung, 162
 Ziel, 61
 Diffundierung, 62
 Zielsetzung, 61
 Zwischenabnahme, 133

C. Bühnert, S. Luppold (Hrsg.)
**Praxishandbuch Kongress-, Tagungs- und
Konferenzmanagement**

Konzeption & Gestaltung, Werbung & PR,
Organisation & Finanzierung

1. Aufl. 2017, VIII, 803 S., 113 Abb.

Hardcover

*79,99 € (D) | 82,23 € (A) | CHF 82.50

ISBN 978-3-658-08308-3

Claus Bühnert
Stefan Luppold Hrsg.

**Praxishandbuch Kongress-, Tagungs-
und Konferenzmanagement**

Konzeption & Gestaltung, Werbung & PR,
Organisation & Finanzierung

 Springer Gabler

Ein unverzichtbares Grundlagenwerk

- Standardwerk zum ganzheitlichen Management von großen und kleinen Kongressen, Tagungen und Konferenzen
- Erfolge sichern und Risiken vermeiden
- Zahlreiche Praxisbeispiele – anschaulich dargestellt

1. Auflage

Dieses Praxishandbuch erklärt grundlegend alle Facetten einer optimalen Planung und Realisierung von Kongressen, Tagungen und Konferenzen. Renommierete Experten und Brancheninsider beschreiben alle relevanten Stellschrauben und Erfolgsfaktoren: von Konzept und Formaten über Eventmarketing, Ablauforganisation bis hin zu Didaktik und Inszenierung. Anhand von konkreten Praxisbeispielen geben sie direkt umsetzbare Tipps für den Branchenalltag und zeigen auf, wie der Erfolg gesichert und aus Fehlern gelernt werden kann. Ein unverzichtbares Grundlagenwerk für alle, die Veranstaltungen wie Kongresse, Tagungen oder Konferenzen konzipieren und organisieren.

Der Inhalt Veranstaltungsformate und Programmentwicklung - Marktteilnehmer und Finanzierung - Marketingkommunikation und Interaktion - Live Communication und Partizipation - Referenten und Kongresstechnik - Teilnehmerservice und Catering - Locations und Settings - Projektmanagement und Kongressorganisation - Rechtsfragen und Risikomanagement - Content Management und Wissensmanagement - Personal und Berufsbild - Lernen und Nachhaltigkeit - Qualitäts- und Beschwerdemanagement

* € (D) sind gebundene Ladenpreise in Deutschland und enthalten 7% MwSt; € (A) sind gebundene Ladenpreise in Österreich und enthalten 10% MwSt. CHF und die mit ** gekennzeichneten Preise für elektronische Produkte sind unverbindliche Preisempfehlungen und enthalten die landesübliche MwSt. Programm- und Preisänderungen (auch bei Irrtümern) vorbehalten. Es gelten unsere Allgemeinen Liefer- und Zahlungsbedingungen.

Jetzt bestellen: springer.com/shop