

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	5
Herausgeberverzeichnis .....	11

## Teil 1

### Status quo des Eventmanagement in Theorie und Empirie

1	Grundlagen des Eventmarketing .....	15
	<i>Uwe Eisermann/Marcus Dodt/Thore Roßbach</i>	
2	Status quo, Perspektiven und Erfolgsfaktoren des Eventmarketing .....	45
	<i>Uwe Eisermann/Jan Heckmann/Christian Güth</i>	
3	Going Public: Eventmarketing in der Wirtschaftskommunikation .....	67
	<i>Elfie Adler/Uta Goretzky</i>	

## Teil 2

### Eventkonzeption, -produktion und -evaluation

4	Konzeption: Das Briefing.....	79
	<i>Jan Untiedt</i>	
5	Konzeption: Eventmarketing in der Sales Promotion.....	89
	<i>Michael Denninghoff</i>	
6	Konzeption: Eventmarketing unter sozialpsychologischer Betrachtung .....	103
	<i>Antje Wolf/Ulrike Jackson</i>	
7	Produktion: Das Campus Symposium .....	117
	<i>Matthias Thelen/Malin Schlömer</i>	
8	Evaluation: Controlling realer Interaktion und Kommunikation in der digitalen Welt.....	133
	<i>Thomas Burgartz/Jens Müller</i>	
9	Evaluation: Economic and Social Effects of Mega Events .....	147
	<i>Uwe Eisermann/Jörg Kickenweitz/Elisabeth Kickenweitz</i>	
10	Eventevaluation: Event-Controlling mit Facebook Fan-Seiten.....	167
	<i>Lothar Winnen/Alexander Wrobel/Marcel Colley</i>	

### Teil 3

#### Eventrecht und -sicherheit

11	Haftungs- und Risikomanagement im Eventbereich .....	189
	<i>Mandy Risch-Kerst</i>	
12	Compliance im Eventbereich .....	209
	<i>Andreas Kerst</i>	
13	Was muss die Agentur alles leisten? .....	227
	<i>Thomas Waetke</i>	
14	Risikomanagement und Krisenkommunikation.....	239
	<i>Harald Scherer</i>	
15	Sicherheit auf öffentlichen Tanzveranstaltungen .....	255
	<i>Lothar Winnen/Alexander Wrobel/Jens Malkus/ Hendrik Wiesner/Lisa Behrens</i>	

### Teil 4

#### Trends und Perspektiven im Eventmanagement

16	Eventisierung von ehemaligen Industriestandorten .....	281
	<i>Lena Geilenbrügge/Uwe Eisermann</i>	
17	Digitale Events – Erfolgsfaktoren & Potenziale .....	303
	<i>Daniel Brugger/Uwe Eisermann</i>	
18	Green Events.....	319
	<i>Dirk Reiser/Nicolai Scherle</i>	
19	Gruppenerlebnisse im Spannungsfeld virtueller und Live-Kommunikation ....	335
	<i>Antje Wolf/Ulrike Jackson</i>	
20	Erweiterung des Dienstleistungs-Portfolios in Veranstaltungszentren .....	345
	<i>Jörn Raith</i>	
21	Live-Kommunikation im Kontext des Behavioral Brandings .....	357
	<i>Ulrike Jackson/Antje Wolf</i>	
22	Eventpsychologie.....	375
	<i>Alexander Wrobel/Lothar Winnen</i>	



<http://www.springer.com/978-3-658-02345-4>

Praxisorientiertes Eventmanagement

Events erfolgreich planen, umsetzen und bewerten

Eisermann, U.; Winnen, L.; Wrobel, A. (Hrsg.)

2014, XII, 383 S. 67 Abb., Hardcover

ISBN: 978-3-658-02345-4