
Inhaltsverzeichnis

Teil I Plattformen und Marktteilnehmer, Formate und Gestaltung

Treffpunkt Deutschland	3
Matthias Schultze	
Klassenprimus unter den Locations	13
Hilmar Guckert und Mandy Pahl-Bauerfeind	
Professional Congress Organiser	29
Laura Brager und Bastian Fiedler	
Convention Bureau	37
Jutta Heinrich, Anne Demuth und Stephanie Kleine Klausling	
Hotellerie mit besonderer Ausprägung	55
Ralf Kleinheinrich und Catrin Hammerschmidt	
Verbände in Deutschland	67
Tim Richter	
Erlebnisse mit Format	77
Samuel Röthlisberger	
Labore für Kongressdramaturgie	87
Michael Gleich	
Schauplatz Bühne	99
Joachim Grafen	
Kongressmanagement per Definition	125
Claus Bühnert	
Digitale, virtuelle und hybride Konferenzformate	139
Timo Mildenberger und Max Burger	

Teil II Finanzierung und Risikomanagement, Recht und Regelwerke

Kongressfinanzierung	163
Bruno Lichtinger	
Crowdsponsoring	179
Tobias Klingenmayer	
Compliance bei Kongressen	191
Hans Rück	
Vertrags- und Hausrecht	221
Mandy Risch-Kerst	
Urheber- und Bildrechte	239
Martin Glöckner	
Risikomanagement im Kongress-, Tagungs- und Konferenzmanagement	253
Patrick Haag	
Proaktives Risikomanagement bei Veranstaltungen	279
Kristin Brüning	

Teil III Wissen und Daten, Interaktion und Wellenbewegungen

Kongress und Innovation	291
Claudia Brückner	
Gut zu Wissen	305
Katharina Klahn	
Wissenstransfer und Content-Management	321
Uta-Dorothe Hart	
Modernes Teilnehmermanagement	329
Philipp Sautter	
Crowdmanagement	343
Martin Leber	

Teil IV Werbung und Public Relations, Inhalte und Transformation

Kongresse und Tagungen aus der Marketingperspektive	359
Claus Bühnert	
Kommunikation für Kongresse	367
Michael Streich	
Die Veranstaltung ins rechte Licht rücken	391
Gernot Gehrke	

Öffentlichkeitsarbeit	417
Antje Münsterberg	
Content-Marketing	429
Claudia Hilker	
Digitales Marketing	447
Christine Fuchs und Karina Grützner	
Teil V Akteure und Berufsbilder, Führung und Teams	
Aus- und Weiterbildung in der Kongresswirtschaft	459
Stefan Luppold	
Akteure auf Veranstaltungen	465
Gerd Kulhavy	
Nachhaltiges Personalmanagement	475
Kristina Wulf	
Coaching und Mentoring von Teams	493
Thomas Wolter-Roessler	
Teil VI Projektarbeit und Prozesssteuerung, Kundenzufriedenheit und Bauchgefühle	
Der externe Faktor in der Kongress- und Tagungswirtschaft	511
Patrick Haag	
Die sieben Faktoren für ein erfolgreiches Projektmanagement	523
Michael Maier und Stefan Luppold	
Projektmanagement für Kongresse	537
Thomas Bauer	
Kongressorganisation	567
Matthias Spacke	
Live Communication bei Fachkongressen	589
Philipp Sautter	
Veranstaltungsmanagement-Systeme	599
Stefan Luppold	
Es ist angerichtet	615
Joachim König und Karin Wolffrom	
Erfolgreich tagen – genussvoll und erlebnisreich speisen	631
Andrea Brenner	

Beschwerdemanagement	643
Diego Luis Enrique Arteaga	
Teil VII Locations und Technik, Infrastruktur und Sicherheit	
Facility-Management für Veranstaltungs- und Kongressgebäude	655
Thomas Häusser	
Raum für die Räume des Geschehens	667
Stefan Lohnert	
Sicherheitsrechtliche Anforderungen an einen Kongress	677
Martin Glöckner	
Veranstaltungstechnik	689
Klaus Ostermayer	
Platz nehmen	705
Clemens Porsche	
Teil VIII Interaktion und Partizipation, Lernen und Mehrwert	
Lernen	721
Martina Richter	
MEINS: Partizipative Events	733
Torsten Fremer und Carl Naughton	
Matchmaking	749
Dirk Hagen	
Schwarmtechnologie und Interaktion bei Kongressen	755
Heiner Koppermann	
Nachhaltiges Veranstaltungsmanagement	763
Markus Große Ophoff	
Qualitätsmanagement	777
Jörn Raith	
Sachverzeichnis	797



<http://www.springer.com/978-3-658-08308-3>

Praxishandbuch Kongress-, Tagungs- und
Konferenzmanagement
Konzeption & Gestaltung, Werbung & PR, Organisation
& Finanzierung
Bühnert, C.; Luppold, S. (Hrsg.)
2017, XII, 805 S. 113 Abb., Hardcover
ISBN: 978-3-658-08308-3