

# 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 Ebneter

205–210  
*Qualität im Event-Management* • Daniel Tschudy

211–216  
*Nachhaltigkeit im Event-Management* • Gerrit Jessen, Matthias Kühne

217–232 <i>Medienarbeit</i> • <i>Patrick Senn</i>	305–307 <i>Medienarbeit – Swiss Hotel Film Award</i> • <i>Patrick Senn</i>
233–238 <i>Sponsoring</i> • <i>Alexander Schmidt</i>	309–313 <i>Wie Finanzdienstleistungen und Infotainment zusammenkommen</i> • <i>Pius Sidler</i>
239–245 <i>Events und Social Media</i> • <i>Florian Wieser</i>	315–320 <i>Zirkusshow</i> • <i>Sylvia Stocker</i>
247–251 <i>Trends in der Live Communication</i> • <i>Simon Ackermann</i>	321–331 <i>Event-Architektur – Litill Island</i> • <i>Jan-Peter Keller</i>
253–256 <i>Messen und Ausstellungen</i> • <i>Andreas Messerli</i>	
257–261 <i>Incentives</i> • <i>Daniel Tschudy</i>	
<b>3. PRAXISBEISPIELE</b>	
265–267 <i>Amway China zu Besuch in der Schweiz</i> • <i>Sophie Deletraz</i>	334–335 <i>To-do</i> • <i>Thomas Wüthrich</i>
269–272 <i>Roadshow „Smart, Urban Stage“</i> • <i>Richard Staub</i>	336–337 <i>Regieplan</i> • <i>Thomas Wüthrich</i>
273–279 <i>Von der Kunstmesse zum Kunstevent – Die Art Basel Miami Beach</i> • <i>Peter Vetsch</i>	338–340 <i>Arbeitsbudget</i> • <i>Thomas Wüthrich</i>
281–285 <i>Die Tagung „Translating Cultures: Swiss Chinese Explorations“</i> • <i>Sophie Lamparter, Aida Suljicic</i>	341–343 <i>Rechtliche Aspekte</i> • <i>Matthias Ebneter</i>
287–291 <i>FIFA Fussball-Weltmeisterschaft Südafrika 2010</i> • <i>Rainer Quenzer</i>	
293–298 <i>Outdoor-Testevents mit Kunden</i> • <i>Christian Gisi</i>	
299–303 <i>Ausstellung Vincent van Gogh in Basel 2009</i> • <i>Reto Rey</i>	
<b>4. CHECKLISTEN</b>	
334–335 <i>To-do</i> • <i>Thomas Wüthrich</i>	
336–337 <i>Regieplan</i> • <i>Thomas Wüthrich</i>	
338–340 <i>Arbeitsbudget</i> • <i>Thomas Wüthrich</i>	
341–343 <i>Rechtliche Aspekte</i> • <i>Matthias Ebneter</i>	
<b>5. ANHANG</b>	
346–347 <i>Web-Ressourcen</i>	
348–349 <i>Bildnachweise</i>	
351 <i>Dank</i>	