

---

# Inhalt

Vorwort des Herausgebers .....	5
Vorwort.....	9
1. Einleitung .....	15
2. Grundlagen .....	19
2.1 Der Veranstaltungsmarkt .....	19
2.2 Anzahl, Bedeutung und Aufgaben.....	21
2.3 Aufgabenfelder nach Veranstaltungs-Typen.....	22
2.4 Dienstleistungs-Management im Veranstaltungsmarkt.....	29
2.5 Umwegrentabilität durch Veranstaltungen .....	31
3. Grundvoraussetzungen für das Dienstleistungs-Management in Veranstaltungszentren .....	37
3.1 Definition „Dienstleistungs-Management in Veranstaltungszentren“.....	37
3.2 Die Zukunft im Visier (Zahlen, Daten etc.).....	39
3.3 Bedeutung für den Veranstaltungserfolg .....	39
3.3.1 Authentisch bleiben .....	39
3.3.2 Benchmarks setzen .....	40
3.3.3 Wirtschaftlichkeit/Controlling.....	41
3.4 Planungskomplexität .....	43
3.5 Qualitätsmanagement .....	44
3.5.1 Bedeutung.....	44
3.5.2 QM-Systeme .....	47
3.5.3 Controllingmaßnahmen .....	49
3.5.4 Einführung eines QM .....	49
3.6 Customer Relationship Management (CRM) .....	50
3.6.1 Bedeutung.....	50
3.6.2 Ergründen des Marktes und der Möglichkeiten .....	51

3.6.3	Wer lebt das CRM im Unternehmen?.....	51
3.6.4	Aufbau und Einführung eines CRM-Systems .....	51
3.7	Personal (intern/extern) .....	53
3.7.1	Anforderungsprofile .....	53
3.7.2	Personal-Qualifizierung.....	53
3.7.3	Veranstaltungskreislauf.....	57
3.7.4	Intern – Kompetenzmanagement .....	61
3.7.5	Extern – Qualitätsnachweise .....	62
3.8	Veranstaltungsdienstleistungen.....	62
3.8.1	Empirische Erhebung.....	62
3.8.2	Strukturierung des Gesamt-Angebotes .....	65
3.8.3	Strukturierung der Leistungen aus „Informationstechnologie im Tourismus“ .....	68
3.8.4	Allrounder vs. Spezialist.....	69
3.9	Inhouse-PCO.....	70
3.9.1	Einleitung.....	70
3.9.2	PCO-Definition .....	71
4.	Beziehungsverhältnisse im Dienstleistungs-Management.....	74
4.1	Zusammenspiel „Kunde/Veranstaltungsstätte“ .....	74
4.2	Zusammenspiel „Kunde/PCO“ .....	75
4.3	Zusammenspiel „PCO/Veranstaltungsstätte“ .....	75
5.	Aufbau eines Dienstleistungs-Managements in Veranstaltungszentren (Umsetzung, Praxishilfen, Tipps, Interviews etc.) .....	85
5.1	Marktbeobachtung .....	85
5.2	Anwendung in der eigenen Unternehmung .....	87
5.3	Bedeutung für den Veranstaltungserfolg.....	88
5.3.1	Authentisch bleiben .....	88
5.3.2	Wirtschaftlichkeit/Deckungsbeitragsrechnung.....	94
5.4	Planungskomplexität .....	97

5.5 Qualitätsmanagement .....	98
5.5.1 QM-Systeme .....	98
5.5.2 Controllingmaßnahmen .....	100
5.6 CRM.....	103
5.6.1 Aufbau und Einführung eines CRM-Systems.....	103
5.7 Personal (intern/extern) .....	108
5.7.1 Veranstaltungskreislauf.....	108
5.7.2 Intern .....	121
5.7.3 Extern.....	122
5.8 Veranstaltungsdienstleistungen.....	124
5.9 Inhouse-PCO.....	126
6. Rechtsfragen im Veranstaltungsmanagement .....	129
6.1 Rechtliche Aspekte beim Dienstleistungs-Management in Veranstaltungszentren .....	129
6.2 Umfang der Verkehrssicherungspflichten bei Veranstaltungen.....	132
6.3 Empfehlung für den Aufbau einer rechtskonformen Aufbauorganisation .....	141
6.4 Fragen/Antworten aus dem Dienstleistungsumfeld .....	153
7. Best Practice Beispiele .....	159
Literatur/Quellen.....	171
Autor.....	175