

# Inhalt

<b>I</b>	<b>Entwicklung der Live-Kommunikation</b>	<b>17</b>
1	Von der Live-Kommunikation zum Live-Marketing	18
2	Neue Herausforderungen	21
3	Übersicht über die Entwicklungen des Live-Marketings	24
<b>II</b>	<b>Erfolgskomponenten des Live-Marketings und die Vorteile ihrer systematischen Nutzung</b>	<b>27</b>
1	Erfolgskomponenten des Live-Marketings	28
2	Vorteile der systematischen Nutzung von Erfolgskomponenten	32
<b>III</b>	<b>Live-Marketing mit System</b>	<b>37</b>
1	Der Weg zum Kunden	38
<b>IV</b>	<b>Code Rouge: Das System KommunikationDirekt</b>	<b>41</b>
1	Systemelemente	42
1.1	Aufbau des Systems	42
1.2	Leistung der Systemebenen und Module	44
1.3	Inhalte der Gesetze	46
2	Die Systeminhalte	61
2.1	Systemebene Strategie	61
	S1: Spielen, um zu gewinnen	61
	S2: Spielerischer Pragmatismus	63
	S3: Unbestechliche Konzeptklarheit	65
	S4: Strategischer Opportunismus	66
	S5: Funktionale Kreativität	70

2.2	Systemebene Psychologie	72
	P1: Ansteckendes Lächeln	73
	P2: Gleiche Wellenlänge	75
	P3: Fundamentales Vertrauen	77
	P4: Ausstrahlende Faszination	79
	P5: Gewinnendes Entgegenkommen	81
2.3	Systemebene Sprache	83
	Sp1: Sprich, damit du erkannt wirst	84
	Sp2: Höre heraus, was nicht gesagt wird	86
	Sp3: Verstehe, was gemeint ist	88
	Sp4: Sprich zur Sache	90
	Sp5: Äußere, was einen überzeugenden Eindruck macht	92
2.4	Systemebene Konzeption und Kreation	94
	K1: Kreiere klare und einfache Botschaften	94
	K2: Sprich Herz und Verstand an	97
	K3: Sprich alle Sinne an	103
	K4: Schaue mit dem Verstand	107
	K5: Sei stimmig nach außen und innen	111
	K6: Kenne die Wege (zu) deiner Zielgruppe	114
	K7: Gehe auf die Seite der Zielgruppe	118
	K8: Gehe in das Gedächtnis der Zielgruppe	123
	K9: Nutze die Kraft des Unbewussten	128
	K10: Tue das Richtige zur richtigen Zeit	133

## V **Code Rouge: Die Systemanwendung** 141

1	Von Systembausteinen zu effizienter Live-Kommunikation: Die praktische Arbeit mit System	143
1.1	Beispiel 1: Die „sprechenden“ Fahrzeuge – persönliche Dialoge	144
1.2	Beispiel 2: Eine neue Strategie der Kundenorientierung – eindrucksstarke Geschichten (Storytelling)	147
1.3	Beispiel 3: Corporate Training Workshop – überzeugendes Schauspiel	155
2	Von Systembausteinen zu ganzheitlichen Live-Marketing-Strategien: Vernetzung	157

<b>VI</b>	<b>Code Rouge: Die Praxis der Live-Kommunikation in Geschichte und Gegenwart</b>	<b>163</b>
1	Beispiele aus Geschichte und Gegenwart	164
1.1	Mythos J. F. Kennedy: Politischer Wert von Individualisierungsstrategien	164
1.2	Zeiterlebnis Romantik: Strukturierungswert der Wagner-Festspiele	170
1.3	Zweitausend Jahre Kirche: Sicherungswert der Inszenierungskompetenz	174
2	Chancen und Verantwortung von Live-Marketing und Live-Kommunikation	178
<b>VII</b>	<b>Ausblick in die Zukunft</b>	<b>181</b>
	<b>Literatur</b>	<b>186</b>
	<b>Die Autoren</b>	<b>199</b>