

## **Inhalt**

### **Events und Messen**

Messewissenschaft: Messen haben Zukunft!..... 1

*Peter Neven*

Messen und Events als Mittel integrierter Unternehmenskommunikation..... 13

*Cornelia Zanger*

Unternehmen im medialen Wettbewerb versus Messe- und Eventplattformen -  
Zwei Welten leben aneinander vorbei! ..... 27

*Rudolf Sommer*

Brand Experience Messestand: Zur Bedeutung eines markenadäquaten visuellen  
Standdesigns für die Markenkommunikation..... 39

*Beatrice Ermer, Manfred Kirchgeorg*

Live-Kommunikation im Kontext des Behavioral Branding - Markenstärkende  
Interaktionserlebnisse zwischen Mitarbeitern und Kunden am Beispiel Messe ..... 65

*Ulrike Jackson, Antje Wolf*

Wohlfühlatmosphäre: Attraktivitätsfaktor für Publikumsmessen ..... 87

*Beatrice Ermer, Martin Wiedmann, Manfred Kirchgeorg,*

### **Stand und Perspektiven der Eventforschung**

Events als Quelle inszenierter außergewöhnlicher und wertstiftender  
Konsumerlebnisse - Versuch einer Definition des Eventbegriffes..... 113

*Jan Drenger*

Hohe Personendichten auf Veranstaltungen und ihre negativen Effekte -  
Lösungsansätze für das Veranstaltungsmanagement..... 141

*Anja Haid, Jan Drengner*

Die Verknüpfung von Live und Virtual Communication durch mediale Aufbereitung von Marketing-Events: Auswirkungen auf den Imagetransfer - Eine empirische Analyse.....	171
---	-----

*Sören Bär, Isabelle Einhorn*

Gute Unterhaltung! Medienwissenschaftliche Anmerkungen zu Entertainment, Bedarfen und Stimmungsgestaltung.....	195
---	-----

*Ulrich Wunsch*

### **Instrumentelle und methodische Beiträge**

Wahrnehmung von Sponsoring bei Randsportveranstaltungen.....	219
--	-----

*Laura Brager*

Programmierung im interaktiven multimedialen Erlebnisraum .....	239
---	-----

*Ursula Drees, Thomas Steinbach*

ID-Enter: Multisensorische Messe-Interaktion der Zukunft.....	263
---	-----

*Sebastian Wille, Norbert Wehn, Torsten Jensen*

Events und Messen

Stand und Perspektiven der Eventforschung

Zanger, C. (Hrsg.)

2014, VIII, 274 S. 62 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-06234-7