

Inhalt

Events und Emotionen

Emotionen im Alltag: Es gibt nichts Gutes, außer man fühlt es? 1

Udo Rudolph

Zur Bedeutung von Spiegelphänomenen für Emotionen auf Events..... 21

Dieter Georg Herbst

Von der Gruppe zur Masse - Wirkung und Nutzen kollektiver Emotionen im
Eventkontext 43

Antje Wolf, Ulrike Jackson

Emotion gleich Emotion? Emotionale Ansteckung als Mediator der Wirkung
individueller Emotionen auf das relationale und atmosphärische Eventerleben 59

Katja Lohmann, Sebastian Pyka, Cornelia Zanger

Begeisterung - Annäherung an eine häufig erhoffte Event-Emotion 87

Ulrich Wünsch

Emotionalisierung von (Marketing)Events: Möglichkeiten und Grenzen der
Wirkung, Funktionalität und Auswahl von Musik 103

Adrienne Steffen, Bernd Schabbing

Emotionale Nachhaltigkeit von Inszenierungen in der Live-Kommunikation..... 135

Susanne Doppler, Eva Holzhüter

Stand und Perspektiven der Eventforschung

Die Gestaltung emotionaler Erlebnisse im Eventmarketing mittels Inszenierung:
Erkenntnisse der Appraisal-Theorien 151

Jan Drenger

Rising to the challenge of community engagement: the case of Australian Folk
Festivals 179

Francesca Piazza, Rob Harris

Event Branding: Der Einfluss von Eventmarken auf den Erfolg von Veranstaltungen, untersucht am Beispiel von Festivals	203
--	-----

Sören Bär, Kathleen Lehnigk

Insights on Barcamps - Empirische Forschungsergebnisse zu einer noch jungen Eventform.....	239
---	-----

Tim Eberhardt, Kai-Uwe Hellmann

Die Eventmarketingmarke als Abwehrmittel gegen Ambush Marketing.....	265
--	-----

Mandy Risch-Kerst

Events und Emotionen aus einer praxisorientierten Perspektive

Touch Me If You Can. Von der Kunst, Menschen mit Events wirklich zu berühren und warum das heute wichtiger denn je ist.....	291
--	-----

Sabine Clausecker

BMW M Events - Emotionale Faszination Pur	303
---	-----

Corinna Vellnagel

Multisensorische Event-Erlebnisse auf Basis der iBeacon-Technologie - Bericht aus der Praxis	319
---	-----

Torsten Jensen, Sebastian Wille, Norbert Wehn

Events und Emotionen

Stand und Perspektiven der Eventforschung

Zanger, C. (Hrsg.)

2015, X, 343 S. 53 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-10302-6