

Inhalt

Events im Zeitalter von Social Media:

Events im Zeitalter von Social Media – Ein Überblick 9

Cornelia Zanger

Events im Zeitalter von Social Media – Ergebnisse der Podiumsdiskussion 19

Cornelia Zanger

User Behavior and Structural Embeddedness in Social Networks 31

Henning Ahlfs, Andreas Klein

Gruppenerlebnisse im Spannungsfeld virtueller und Live-Kommunikation 49

Antje Wolf, Ulrike Jackson, Kristina Keuchel

Eventmarketing und Social Media-Kommunikation als Instrumente des Managements von Markenbeziehungen aus der Perspektive der Service-Dominant Logic 63

Jan Drengner

Stand und Perspektiven der Eventforschung:

Eine umfassende Wirkungsbetrachtung der nicht-monetären Effekte von Events am Beispiel des Melt!-Festivals 2011 85

Julia Köhler

Transzendentale Konsumerlebnisse bei Events und ihre Wirkungen auf die Eventloyalität 109

Steffen Jahn, Jan Drengner

Mythotransfer durch Eventmarketing – Gibt es einen Zusammenhang zwischen Marken, Mythen und Events? 129

Sören Bär

Sonstige Erkenntnisse und praktische Erfahrungen:

Event und Emotion - Einige Gedanken und Vorschläge zu möglichen Zusammenhängen 157

Ulrich Wünsch

Eventmarketing in Markenerlebniswelten als Erfolgsfaktor 171

Anja Stöhr

Eventprojektmanagement in der Agenturpraxis - Aspekte eines erfolgreichen und
nachhaltigen Einsatzes 191

Sabine Clausecker, André Schneider



<http://www.springer.com/978-3-658-00552-8>

Events im Zeitalter von Social Media
Stand und Perspektiven der Eventforschung
(Ed.)C. Zanger
2013, CCV, 8 S. 36 Abb., Softcover
ISBN: 978-3-658-00552-8