
Inhaltsverzeichnis

Digitale Strategien zur Krisenbewältigung

AI Drives LIVE – Wie künstliche Intelligenz die Event Experience revolutionieren wird	3
Colja Dams	
Live ist das neue Social Media – Die Bedeutung von Live-Events in einer digitalen Ära	19
Niklas Stommel	
Event Technology: Von „Greening“-Effekten bis zu Customer-Centricity- Anforderungen	29
Dirk Hagen	
Brand Lands im digitalen Zeitalter	41
Maren Schlutter und Olga Spomer	
Das Potenzial von Podcasts als Marketingtool zur Vermarktung von Events	57
Lara Büttner und Olga Spomer	
Eventmarketing mit LinkedIn – Gewinnung von neuen Veranstaltungsteilnehmenden und Mitgliedern am Beispiel des Marketing-Club Dresden e. V.	77
Anne Meinhardt	

Nachhaltige Strategien zur Krisenbewältigung

- Die Bedeutung ökologisch verantwortlichen Veranstaltungssponsorings bei Musikfestivals** 97
Jan Drengner und Elisa Fuchshofer

- SDGs und Events** 119
Sabine Böhling

- Die Akzeptanz von Klimaanpassungsmaßnahmen bei kommunalen Veranstaltungen: Eine Fallstudie der Gemeinde Bad Essen in Niedersachsen** 133
Kai-Michael Giese, Laura Hoth und Kim Werner

Personal und Arbeitsbedingungen in der Veranstaltungswirtschaft

- Erwerbsbiografien in der Veranstaltungsbranche – Einflussfaktoren Covid-19 und Digitalisierung** 151
Thomas Bauer, Siegfried Mattern und Jens Kuntzemüller

- Stressbedingte Krankheiten und ihre Verbindungen mit der Veranstaltungsbranche in der DACH-Region** 173
Susanne Otta

- Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz im Messebau** 193
Birgit Schenk

Weitere Forschungsergebnisse und praxisorientierte Beiträge

- Die Rolle von Messen in der B2B Customer Journey** 209
Melanie Stehr

- Wie beeinflussen Eventmarken und Place Brands die Eventmarkenloyalität? Eine quantitative Analyse der Wirkungen von Eventmarkenattraktivität und -erfahrung.** 229
Sören Bär, Kathleen Schick und Markus Kurscheidt

- The Event Experiment – Eine Analyse von Transparenz und Fairness im Pitch-Prozess** 255
Tobias Weber, Natalie Driesnack, Felix Kupfer und Michelle Speth

- Events im Zeitalter manieristischer Kommunikation** 273
Thomas Duschlbauer