

## **Inhalt**

### **Events und Sport**

<b>Sporterlebniswelten als Kommunikationsplattform im Eventmarketing .....</b>	<b>1</b>
<i>Jan Drengner</i>	
<b>Events und Sport – Ergebnisse der Podiumsdiskussion .....</b>	<b>31</b>
<i>Cornelia Zanger</i>	
<b>Sporevents und Corporate Social Responsibility .....</b>	<b>39</b>
<i>Hans Jürgen Schulke</i>	
<b>Biathlon WM 2012 – Vierschanzentournee 2011/2012 – Ein Beitrag zur Praxis der Evaluation von Sportgroßveranstaltungen.....</b>	<b>73</b>
<i>Bernd Oliver Schmidt</i>	

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

<b>Stand und Perspektiven der Eventforschung aus Sicht des Marketing.....</b>	<b>89</b>
<i>Jan Drengner, Julia Köhler</i>	
<b>Die Effekte der Gruppenpolarisation und ihre Bedeutung für die Live-Kommunikation.....</b>	<b>133</b>
<i>Antje Wolf, Ulrike Jackson, Fenja Gengelazky</i>	
<b>Die Eignung von Social Networking-Plattformen für die Ablaufkontrolle von Events: Eine empirische Untersuchung unter Rückgriff auf die Erlebnisqualität.....</b>	<b>153</b>
<i>Jan Drengner, Steffen Jahn, Pia Furchheim</i>	
<b>Events bei regionalen Attraktionspunkten – eine exemplarische Analyse touristischer Leistungsträger in Dresden .....</b>	<b>179</b>
<i>Christine Zilt, Philipp Röder</i>	

**Weitere Erkenntnisse**

Compliance bei Events .....	199
-----------------------------	-----

*Hans R. G. Rück*

Möglichkeiten des Event Controlling mit Facebook Fan Seiten: Eine quantitative Analyse anhand eines Praxisbeispiels.....	229
--	-----

*Lothar Winnen, Alexander Wrobel, Marcel Colley*

Erfolgsfaktoren von Online-Spielen .....	253
--	-----

*Sören Bär, Melanie Brehm*