

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	XI
Abbildungsverzeichnis	XV
Tabellenverzeichnis	XVII
Abkürzungsverzeichnis	XIX
A Bedeutung von Atmosphäre in der Live Communication	1
1 Bedeutung der Atmosphäre im Messewesen.....	1
2 Definitorische Abgrenzung relevanter Begriffe	7
3 Theoretische Einordnung in relevante Forschungsfelder	19
4 Zielsetzung und Gang der Untersuchung.....	30
B Konzeptionelle Grundlagen der Profilierung unter besonderer Berücksichtigung der Live Communication-Atmosphäre	34
1 Die besondere Relevanz der Atmosphäre als Profilierungsinstrument in der Live Communication	34
1.1 Merkmale und Prozess eines Profilierungskonzeptes	34
1.2 Relevante Strategien zur Profilierung im Kontext von Publikumsmessen .	41
1.3 Customer Experience Management als Konzept der Differenzierung	49
1.4 Die Atmosphäre als Facette der Customer Experience.....	55
2 Wahrnehmung und Informationsverarbeitung in der Live Communication.....	59
2.1 Wahrnehmung und Informationsverarbeitung als Prozess	59
2.1.1 Erfassung von Umweltelementen	61
2.1.2 Bewusste Wahrnehmung von Umweltelementen	65
2.1.3 Erinnerung von Umweltelementen	71
2.2 Wahrnehmung im Kommunikationsmodell	74
2.3 Intervenierende und moderierende Determinanten der Wahrnehmung.....	76
3 Bedeutung der Gestaltung einer Messeveranstaltung für die Atmosphäre	85

3.1	Funktionen einer Messeveranstaltung	85
3.2	Gestaltung einer Messeveranstaltung	90
3.3	Wirkung der Gestaltung auf Atmosphäre und Veranstaltungserfolg	95
4	Entwicklung des multimethodischen Forschungsansatzes	101
4.1	Mono- und multimethodische Forschungsansätze	101
4.2	Wahl der Messmethoden	106
4.3	Verwendete Methoden zur Datengewinnung	108
4.3.1	Messmethode Blickregistrierung	108
4.3.2	Messmethode Denke-Laut-Protokolle	112
4.3.3	Messmethode Befragung	115
4.4	Zusammenführung der Messmethoden zu einem multimethodischen Forschungsansatz	117
5	Entwicklung eines Blueprints der Messeveranstaltung	120
5.1	Messmethode Service-Blueprint	120
5.2	Datenerhebung	124
5.3	Blueprint des Messebesuchsprozesses	125
6	Theoretischer Bezugsrahmen und Untersuchungskonzept	131
6.1	Theoretischer Bezugsrahmen	132
6.2	Ableitung eines Untersuchungskonzeptes	135
C	Empirische Untersuchung der Profilierung durch Live Communication- Atmosphäre	148
1	Operationalisierung und Auswertungsmethodik der Untersuchung	148
1.1	Operationalisierung der Variablen	148
1.2	Verwendete Auswertungsmethoden und Evaluierungskriterien	152
1.2.1	Inhaltsanalyse	153
1.2.2	Analyse der Korrelation	159
1.2.3	Analyse der Varianz	162

2 Empirische Ergebnisse	164
2.1 Erhebung der Datenbasis.....	164
2.2 Datenaufbereitung	167
2.3 Stichprobenbeschreibung.....	168
2.4 Untersuchung zur Verteilung der Veranstaltungselemente	174
2.5 Untersuchung zum Zusammenhang von Betrachtungsdauer, direkten Äußerungen und Erinnerungen.....	177
2.6 Untersuchung zum Einfluss des Sensualitätsniveaus	180
2.7 Untersuchung zur Beeinflussung der Bereichsatmosphäre.....	183
2.8 Untersuchung zum Einfluss der Atmosphäredimensionen	186
2.9 Untersuchung zur Beeinflussung der Gesamtatmosphäre	192
2.10 Untersuchung zur Beeinflussung des langfristigen Verhaltens	197
3 Einordnung und Wertung der empirischen Ergebnisse	201
D Zusammenfassung und Implikationen.....	206
1 Zusammenfassung der Ergebnisse.....	206
2 Implikationen aus den Forschungsresultaten für Live Communication- Veranstalter.....	211
3 Kritische Würdigung der Untersuchung und Implikationen für die weitere Forschung	218
Anhangsverzeichnis.....	223
Literaturverzeichnis	241