

Zukunftsfähiges Eventmarketing

Strategien, Instrumente, Beispiele

Herausgegeben von
Rainer Lucas

Mit Beiträgen von
Carina Bloom, Holger Dalkmann,
Prof. Dr. Peter C. Dienel, Sepp Fiedler,
Rhan Gunderlach, Tilman Henke,
Annette Hornung-Pickert, Sandra Kolberg,
Melanie Krause, Tim Krieglstein,
Dr. Sascha Lafeld, Martin Lichtl,
Rainer Lucas, Gabriele Nottelmann,
Axel Piesker, Jürgen Piquardt,
Anne Pollmann, Carolin Schäfer-Sparenberg,
Thomas Schüttpelz, Henning Wilts,
Prof. Ulrich Wunsch

Erich Schmidt Verlag

Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Weitere Informationen zu diesem Titel finden Sie im Internet unter

ESV.info/3 503 09764 3

Layout:

Sandra Kolberg, Melanie Krause

Lektorat:

Sandra Kolberg, Henning Wilts, Melanie Krause

Die Publikation entstand im Rahmen des vom Bundesministerium für Bildung und Forschung geförderten Projekts „Eventkultur und Nachhaltigkeit“, welches von 6/2002 bis 1/2006 unter der Federführung des Wuppertal Instituts für Klima, Umwelt und Energie (www.wupperinst.org) durchgeführt wurde.



ISBN-13: 978 3 503 09764 7

ISBN-10: 3 503 09764 3

ISSN: 0944-4351

Alle Rechte vorbehalten

© Erich Schmidt Verlag GmbH & Co., Berlin 2007

www.ESV.info

Dieses Papier erfüllt die Frankfurter Forderungen der Deutschen Bibliothek und der Gesellschaft für das Buch bezüglich der Alterungsbeständigkeit und entspricht sowohl den strengen Bestimmungen der US Norm Ansi/Niso Z 39.48-1992 als auch der ISO Norm 9706.

Druck: Difo-Druck, Bamberg

Inhalt

Kapitel I – Einführung und Übersicht

Eventkultur und Nachhaltigkeit – Ausgangspunkte und Überblick über die Beiträge <i>Rainer Lucas</i>	3
Eventmarketing als ein kultureller Faktor gesellschaftlicher Entwicklung <i>Rainer Lucas</i>	15
Empirische Befunde zur Eventkultur in Deutschland <i>Anne Pollmann</i>	29

Kapitel II – Konzepte und Handlungsfelder

Nachhaltigkeitskommunikation – Motivieren statt deprimieren! <i>Melanie Krause</i>	51
Ecotainment: Vom Fear- and Threat-Approach zur Faszination Nachhaltigkeit <i>Martin Lichtl</i>	77
Sportevents als Massenphänomen – Effekte, Risiken und Chancen <i>Henning Wilts</i>	87
Strategien zur Produktdauerverlängerung in der Messewirtschaft <i>Rainer Lucas, Sandra Kolberg, Thomas Schüttpelz</i>	101

Kapitel III – Ideen und Beispiele für eine nachhaltige Eventkultur

Eventkultur und Nachhaltigkeit – Auf der Suche nach einem angemessenen Managementansatz <i>Rainer Lucas</i>	123
Die Kunst Nachhaltigkeit zum Event zu machen <i>Rhan Gunderlach/ Annette Hornung-Pickert</i>	135
Deutscher Evangelischer Kirchentag – Nachhaltigkeitsstrategie einer Großveranstaltung <i>Tilman Henke/ Gabriele Nottelmann</i>	145
„The Greening of Business Tourism“– Die Rolle der IMEX <i>Carin Bloom</i>	163
Wege zu einem erfolgreichen Event – Maßnahmen im Mobilitätsbereich <i>Carolin Schäfer-Sparrenberg/ Holger Dalkmann</i>	169
Neue Ernährungskultur und ganzheitliches Catering <i>Jürgen Piquardt</i>	185
Das Solarcafe – Philosophie und Eventlocation <i>Sepp Fiedler</i>	193
Kapitel IV – Ausblick – Herausforderungen für Theorie und Praxis	
Hinterm Horizont geht's weiter – Nachhaltige Eventkultur international <i>Ulrich Wunsch</i>	207
Chancen einer partizipativen Eventkultur <i>Henning Wilts/ Peter C. Dienel/ Axel Piesker</i>	223
Lebendiges Eventmarketing – die Integration von Communities und Szenen <i>Tim Krieglstein/ Sandra Kolberg</i>	239

Klimaneutralität im Event-, Produkt- und Dienstleistungsbereich – Funktionsweise und Potential <i>Sascha Lafeld</i>	247
Herausforderungen an eine nachhaltige Eventkultur <i>Rainer Lucas</i>	259
Anhang Angaben zu den Autorinnen und Autoren	267