



Publikummessen: Welchen Einfluss hat die Atmosphäre auf den Besucher?

Publikummessen: Welchen Einfluss hat die Atmosphäre auf den Besucher?

Mit der Atmosphäre haben Veranstalter von Publikummessen eine Möglichkeit, sich gegenüber Wettbewerbern zu profilieren. Wie jedoch wird die Atmosphäre wahrgenommen und welchen Beitrag leistet sie für den Erfolg einer Veranstaltung? Dr. Martin Wiedmann untersuchte diese Fragen in seiner aktuell erschienenen Dissertation bei Prof. Dr. Manfred Kirchgeorg am SVI-Stiftungslehrstuhl für Marketing, insbes. E-Commerce und Crossmediales Management an der HHL Leipzig Graduate School of Management. Zum Einsatz kam hierbei ein multimethodisches Design, bestehend aus Eye-Tracking, Denke-Laut-Protokollen und einer Befragung. Die Wirkung der Messeatmosphäre auf die Besucher und die Wiederbesuchsabsicht wurde auch untersucht. Die Erkenntnisse münden in konkreten Empfehlungen für das Veranstaltungsmanagement von Publikummessen.

Auf Basis seiner Untersuchungen empfiehlt Dr. Wiedmann Veranstaltern von Publikummessen "die Atmosphäre ihrer Veranstaltungen im Auge zu behalten. Allem voran sollten Messeverantwortliche insbesondere auf negative Besuchererlebnisse achten, denn sie halten Besucher vom erneuten Besuch einer Messe ab." Unter negativen Besuchererlebnissen, so Dr. Wiedmann, verstehe man aus Sicht der Aussteller z.B. unschöne Stände, aufdringliches Standpersonal oder laute Standmusik. Aus Perspektive der Veranstalter wären dies beispielsweise eine unzureichende Klimatisierung der Hallen oder eine schlechte Kombination der Aussteller. Ein negatives Besuchererlebnis könne auch durch die Messebesucher selbst, d.h. durch Gedränge oder der fehlenden Identifikation mit anderen Besuchern, ausgelöst werden. Dr. Wiedmann schlussfolgert: "Ignoriert man nur eine einzelne Halle, in der eine schlechte Atmosphäre herrscht, so kann dies die Atmosphäre der gesamten Veranstaltung trüben und dafür sorgen, dass Besucher im nächsten Jahr nicht mehr wiederkehren. Hier hilft eine systematische Erfassung und Behebung von negativen Einflüssen auf die Atmosphäre."

Das im Verlag Springer Fachmedien erschienene Buch "Live Communication - Atmosphäre als Profilkfaktor. Eine multimethodische Untersuchung der Wahrnehmung von Atmosphäre auf Publikummessen" richtet sich gleichermaßen an Dozenten und Studierende der Betriebswirtschaftslehre mit den Schwerpunkten Messen und Marketing wie aber auch Vertreter aus den Bereichen Messeveranstalter, Aussteller, Dienstleister und Agenturen im Messebereich sowie Verbände.

Wiedmann, Martin
Live Communication - Atmosphäre als Profilkfaktor. Eine multimethodische
Untersuchung der Wahrnehmung von Atmosphäre auf Publikummessen
Verlag: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH
2016, S. 296
ISBN: 3658145935 (Print)
Als Softcover oder E-Book erhältlich.

Das Doktorandenprogramm an der HHL Leipzig Graduate School of Management

Mit aktuell 82 Teilnehmern und 201 Absolventen wächst das Doktorandenprogramm an der HHL seit seinem Start im Jahr 1996 stetig. Das strukturierte Programm, das Wochenendseminare, Kolloquien und Sommerkurse umfasst, erlaubt den Teilnehmern ein berufsbegleitendes Studium. Die Mehrheit Doktoranden der HHL sind berufstätig, jeder Dritte arbeitet als wissenschaftlicher Mitarbeiter an der HHL. <http://www.hhl.de/promotion>

Die HHL Leipzig Graduate School of Management

Die HHL ist eine universitäre Einrichtung und zählt zu den führenden internationalen Business Schools. Ziel der ältesten betriebswirtschaftlichen Hochschule im deutschsprachigen Raum ist die Ausbildung leistungsfähiger, verantwortungsbewusster und unternehmerisch denkender Führungspersönlichkeiten. Die HHL zeichnet sich aus durch exzellente Lehre, klare Forschungsorientierung und praxisnahen Transfer sowie hervorragenden Service für ihre Studierenden. Das Studienangebot umfasst Voll- und Teilzeit-Master in Management- sowie MBA-Programme, ein Promotionsstudium sowie Executive Education. 2013 und auch 2014 errang die HHL einen der drei ersten Plätze für die besten Gründerhochschulen in Deutschland innerhalb des vom Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft und dem Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) herausgegebenen Rankings "Gründungsradar". Laut der Financial Times liegt die HHL im Bereich Entrepreneurship innerhalb des M.Sc.- sowie des EMBA-Programms national auf Platz 1 bzw. global unter den Top 5. Die HHL ist akkreditiert durch AACSB International. <http://www.hhl.de>

Pressekontakt

HHL gGmbH

Herr Volker Stößel
Jahnallee 59
04109 Leipzig

hhl.de
volker.stoessel@hhl.de

Firmenkontakt

HHL gGmbH

Herr Volker Stößel
Jahnallee 59
04109 Leipzig

hhl.de
volker.stoessel@hhl.de

HHL Leipzig Graduate School of Management

Die HHL ist eine universitäre Einrichtung und zählt zu den führenden internationalen Business Schools. Ziel der ältesten betriebswirtschaftlichen Hochschule im deutschsprachigen Raum ist die Ausbildung leistungsfähiger, verantwortungsbewusster und unternehmerisch denkender Führungspersönlichkeiten. Neben der internationalen Ausrichtung spielt die Verknüpfung von Theorie und Praxis eine herausragende Rolle. Die HHL zeichnet sich aus durch exzellente Lehre, klare Forschungsorientierung und praxisnahen Transfer sowie hervorragenden Service für ihre Studierenden.
www.hhl.de

Anlage: Bild

