

Inhaltsverzeichnis	7
Geleitwort	11
Einleitung.....	13
Teil 1 – Theoretische Grundlagen	17
1. Potential und Herausforderungen.....	17
2. Marketing in wissenschaftlichen Bibliotheken	22
2. 1 Status des Marketing in der aktuellen bibliothekarischen Praxis.....	22
2. 2 Vorteile des Marketing.....	23
2. 3 Vorurteile gegenüber dem Marketing.....	25
2. 4 Theoretische Grundlagen des Marketing.....	27
2. 5 Marketingtheoretische Voraussetzungen in der bibliothekarischen Praxis.....	32
2. 6 Besonderheiten von Non-Profit-Organisationen	33
2. 7 Besonderheiten von Dienstleistungsunternehmen	36
3. Einführung in das Event-Marketing.....	41
3. 1 Grundlegendes zur Kommunikationspolitik ..	41

3. 2	Gesellschaftliche Rahmenbedingungen und Wertewandel.....	47
3. 2. 1	Informationsüberlastung	47
3. 2. 2	Die moderne Erlebnisgesellschaft.....	49
3. 3	Entwicklung des Event-Marketing	51
3. 4	Zielsetzungen des Event-Marketing	53
3. 5	Begriffsbestimmung und Definition.....	54
3. 6	Merkmale des Event-Marketing	57
3. 6. 1	Erlebnisorientierung.....	58
3. 6. 2	Interaktivität	59
3. 6. 3	Inszenierung	60
3. 6. 4	Eigeninitiierung.....	62
3. 7	Eventtypen.....	62
Teil 2 – Praktische Umsetzung.....		65
1.	Event-Marketing in der privatwirtschaftlichen Praxis.....	65
2.	Event-Marketing in wissenschaftlichen Bibliotheken	67
2. 1	Die 'Roadshows' der Universitätsbibliotheken Bochum und Freiburg i. Br.....	68
2. 1. 1	Ausgangssituation	68

2. 1. 2	Ziele der 'Roadshow'	71
2. 1. 3	Marketing-Objekt und Zielgruppe der 'Roadshow'	74
2. 1. 4	Operative Planung der 'Roadshow'	76
2. 1. 5	Durchführung und Event-Elemente der 'Roadshow'	82
2. 1. 6	Erreichte Ziele der 'Roadshow'	84
2. 1. 7	Optimierungsansätze für die 'Roadshow' ..	86
2. 2	Die 'After-BiB-Party' der Universitätsbibliothek Mannheim	88
2. 2. 1	Ausgangssituation	88
2. 2. 2	Ziele der 'After-BiB-Party'	89
2. 2. 3	Marketing-Objekt und Zielgruppe der 'After-BiB-Party'	90
2. 2. 4	Operative Planung der 'After-BiB-Party'	91
2. 2. 5	Durchführung und Event-Elemente der After-BiB-Party	95
2. 2. 6	Erreichte Ziele der 'After-BiB-Party'	97
2. 2. 7	Optimierungsansätze für die 'After-BiB-Party'	98
3.	Zusammenfassung und Ausblick	98
	Literaturverzeichnis	101