

Fachliteratur

Messedesign Jahrbuch 2006/2007

Conway Lloyd Morgan hat die aktuelle Ausgabe vom Messedesign Jahrbuch bei *avedition* herausgegeben. Die Auswahl des Jahrbuchs spiegelt einige Trends der weltweiten Messebranche wider – Japan, China und Thailand, also Märkte von wachsender Bedeutung. USA und Europa sind natürlich ebenfalls vertreten.

Die Erkenntnis nach Durchsicht des Jahrbuchs ist folgende: Obwohl der Technologiewandel zu einer zunehmenden Virtualisierung unserer Kommunikation führt, bleibt der Messestand in der Marketingstrategie vieler Unternehmen doch nach wie vor ein Schlüsselement.

Conway Lloyd Morgan ist Leiter des Studiengangs New Media Publishing an der University of Wales, Newport, und Autor zahlreicher Bücher und Monografien über Architektur und Design. Das zweisprachige Buch kostet 69 Euro (ISBN 3-89986-072-1).

----- INFO: www.avedition.de

Fachbuch über History Management

Markenhistorie

Nicolai O. Herbrand und Stefan Röhrig haben das Buch „Die Bedeutung der Tradition für die Markenkommunikation“ herausgegeben. In zahlreichen Beiträgen renommierter Autoren, darunter die Professoren Meffert, Esch, Burmann, Buß, Diez und Wiedmann, werden Konzepte und Instrumente zur ganzheitlichen Ausschöpfung des Erfolgspotenzials Markenhistorie behandelt. Beschrieben wird die Wirkung der Markenhistorie auf die Markenidentität, das Markenimage und die Positionierung.

Dabei werden die Potenziale der Markenhistorie für das Markenmanagement aufgezeigt.

Diverse Best-Practice-Beispiele von renommierten Unternehmen wie Mercedes-Benz, Harley-Davidson, Bosch, Henkel, Siemens, Lange & Söhne, Märklin, Faber-Castell oder Bahlsen verdeutlichen die vielfältigen Einsatzmöglichkeiten in der Unternehmenspraxis. Durch die Darstellung der unterschiedlichsten Facetten sowie durch die Verbindung wissenschaftlicher und praktischer Perspektiven er-

hält der Herausgeberband den Charakter eines Grundlagenwerkes.

Als integrative Klammer über alle Beiträge formulieren die Herausgeber zum Abschluss des Bandes unter dem Titel „History Management“ Grundzüge eines Ansatzes zur Identifikation und Ausschöpfung der erfolgsrelevanten Ressource „Markenhistorie“. Das Buch kostet 59 Euro und ist in der Edition Neues Fachwissen erschienen (ISBN 3-9811220-0-3).

----- INFO: www.history-management.com

NEWSLETTER ZUR EURO 2008

Der neue Marketing-Newsletter zur Fußball-Europameisterschaft 2008 „Update“ feierte auf dem ISPO-Sportsponsoring-Kongress in München Premiere. Das Nachrichtenblatt richtet sich mit seinen News, Storys und Personalien an Marketingagenturen sowie an Sponsoren und Lizenznehmer der Euro 2008.

In seiner ersten Ausgabe berichtet der Newsletter über das Offizielle Maskottchen Trix und Flix und seine zentrale Rolle in der Marketingstrategie der Europameisterschaft. Weitere Themen sind die Kommunikationsmaßnahmen des Eurotop-Partners Carlsberg in der Schweiz und eine aktuelle Umfrage von Sport+Markt über die Erwartungshaltung an die EM 2008 in Österreich und in der Schweiz.

----- INFO: www.esb-online.com

NEUES PORTAL BEWERTET EVENT-BLOGS

Auf der Website „Event-Blogger“ stellen Redakteure von „jam&chips - die blogmacher“, eine eigenständige Unternehmens-Unit des 4iMEDIA Journalistenbüro, neue und alte Messe-, Tagungs- und Kongress-Blogs aus aller Welt vor und schauen hinter die Kulissen der Live-Berichterstattung. „Event-Blogger.de ist ein fachbezogener Weblog, der die zukunftsweisenden Tendenzen im Bereich Online-Kommunikation aufzeigt und bewertet“, beschreibt Luise Jahn, Leiterin von jam&chips, die Funktion des Blogs. „Um eine interessante Kommunikationsplattform zu schaffen, begrüßen wir auch anregende Hinweise von involvierten und außenstehenden Personen.“ Denn mittels Kommentarfunktionen, Trackbacks und Pingbacks können Rezipienten in einen Dialog mit den Autoren treten, Fachinformationen austauschen oder einfach ihre Sichtweisen darlegen.

----- INFO: www.event-blogger.de

KOMMA VON WINTEREINBRUCH BETROFFEN

Der Auftakt der 4. Komma wurde vom späten Wintereinbruch begleitet. Dementsprechend niedrig waren auch die Erwartungen der Aussteller. Doch zu aller Überraschung kamen trotz der widrigen Umstände über 3.000 Fachbesucher zu der Fachmesse für Kommunikation und Marketing nach München. Parallel zu der Komma fand die werbemittel:messe:münchen statt. Michael Hagemann von der veranstaltenden Promo Event: „Die Umstände des bayernweiten Chaos kamen einem Super-GAU für eine Veranstaltung gleich und wir können mit dem Besucheraufkommen mehr als zufrieden sein.“

----- INFO: www.kom-ma.com