

DIE STADTZEITUNG
Wuppertal

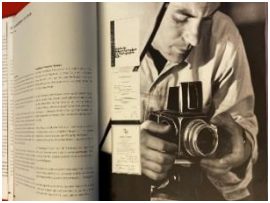



**„Die Kunst der Kommunikation“
...made in Wuppertal!**







Unsere 24-teilige Serie
zur Entwicklung der Event- und Live-Marketing-Brache
am Beispiel des Wuppertaler Weltmarktführers VOK DAMS.













► DIE STADTZEITUNG:
www.die-stadtzeitung.de

► Vok Dams ATELIERHAUS NotizBlog:
www.vokdamsatelierhaus.de/blog/

1.		<p>(1) Prof. Dr. Christine Volkmann: Eine Grundsatzbetrachtung - Unternehmensgründung und Unternehmerpersönlichkeit - zwei Grundphänomene ► hier zum Beitrag</p>
2.		<p>(2) Prof. F. C. Gundlach: „BFF – Bund Freischaffender Foto- Designer - Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft einer Institution“ ► hier zum Beitrag</p>
3.		<p>(3) Prof. Michael Schmid-Ospach: Er hat das Wort Event entdeckt, lange bevor jeder Depp ein kleines Ereignis so nennen darf“ ► hier zum Beitrag</p>
4.		<p>(4) Dr. Eike Pies: Künstler, Krämer, Calvinisten... ► hier zum Beitrag</p>
5.		<p>(5) Fred Oed: Am Anfang war das Dia! ► hier zum Beitrag</p>

<p>6.</p>		<p>(6) Dr. Friedrich Monzel: Die Pharma-Industrie der 80er Jahre ▶ hier zum Beitrag</p>
<p>7.</p>		<p>(7) Gebhard Stammler: KommunikationDirekt – ein zentrales Führungsinstrument ▶ hier zum Beitrag</p>
<p>8.</p>		<p>(8) Prof. Dr. Bernd Gottschalk: Mercedes-Benz: „Live-Marketing at its best“ ▶ hier zum Beitrag</p>
<p>9.</p>		<p>(9) Bea Nöhre: Die Entwicklung der BEST OF EVENTS ▶ hier zum Beitrag</p>
<p>10.</p>		<p>(10) Elfie Adler: FME und FAMAB ▶ hier zum Beitrag</p>
<p>11.</p>		<p>(11) Claus Holtmann: Wie ein Perspektivwechsel einen Markt verändern kann. ▶ hier zum Beitrag</p>

12.		<p>(12) Peter Hammer: Event-Marketer: Nichts als Gaukler? ▶ hier zum Beitrag</p>
13.		<p>(13) Dr. Walter Wehrhan: Immer professioneller, effektiver und nachhaltiger... ▶ hier zum Beitrag</p>
14.		<p>(14) Prof. Dr. Bazon Brock: Das Erlebnis der Erschöpfung, Anstrengungslust gegen Erfüllungsfrust ▶ hier zum Beitrag</p>
15.		<p>(15) Prof. Dr. Tobias Langner: Emotionen – Triebfeder des menschlichen Handelns ▶ hier zum Beitrag</p>
16.		<p>(16) Dieter Lübcke: „Die Geschichte des Marketings muss neu geschrieben werden.“ ▶ hier zum Beitrag</p>
17.		<p>(17) Henning Nathow: „Von der Information zur Motivation – Volkswagen Messen und Kongresse als Inszenierungen“ ▶ hier zum Beitrag</p>

18.		<p>(18) Sepp Dieter Heckmann: „Die Attraktivität von Messen am Beispiel von HANNOVER MESSE und CeBIT“ ▶ hier zum Beitrag</p>
19.		<p>(19) Prof. Dr. Helmut Ebert: „Von der Live-Kommunikation zum Live-Marketing“ ▶ hier zum Beitrag</p>
20.		<p>(20) Prof. Dr. Ulrich Wünsch: „Homo Ludens altert nicht: Live-Kommunikation ab 2008“ ▶ hier zum Beitrag</p>
21.		<p>(21) Hannelore Heck: „Inszeniere das Unbekannte – Live Marketing mit globaler Wirkung“ ▶ hier zum Beitrag</p>
22.		<p>(22) Simon Hofmann: „Swisscom – vom Wandel einer Traditionsmarke zur Love Brand“ ▶ hier zum Beitrag</p>
23.		<p>(23) Hans Jürgen Heinrich: „Was bleibt, ist der Mensch – ein Blick in die Zukunft von (inszenierten) Begegnungen.“ ▶ hier zum Beitrag</p>
24.		<p>(24) David Korte: „Der Future-Trend in Live-Kommunikation – Hybrid Events!“ ▶ hier zum Beitrag</p>