

---

## Die Autorin



**Prof. Dr. Sandra Müller** leitet in München seit 2009 ihre Agentur für Führung und Kommunikation *simply ahead*. Die Kommunikationsexpertin unterstützt Unternehmen und öffentliche Auftraggeber im Dialog mit Kunden und Mitarbeitern. Zuvor verantwortete sie in einem globalen Konzern internationale Aufgaben, Projekte und Abteilungen als Director für Kundenprogramme, Leiterin Unternehmenskommunikation und Pressesprecherin sowie als Consultant für internationale Leadership-Kommunikation. Ihre Publikationen erscheinen regelmäßig in führenden Fachzeitschriften.

Seit 2011 lehrt Prof. Dr. Sandra Müller an der Hochschule für angewandtes Management in Erding das Fach Eventmarketing. Zuvor erfüllte sie an Hochschulen in München und Hannover Lehraufträge in Unternehmensplanung, Führung und Kommunikation.

### Weitere Bücher der Autorin erschienen im Springer Gabler Verlag

- Frauen als Führungskraft: Stärken nutzen – Erfolgspotenziale realisieren (2011).
- Strategien im Unternehmen erfolgreich umsetzen: Barrieren überwinden und aktiv handeln (2010).

---

# Literatur

## Verwendete Literatur

- Bauer, H., Heinrich, D., & Samak, M. (2011). *Erlebniskommunikation – Erfolgsfaktoren für die Marketingpraxis*. Heidelberg: Springer.
- Bruhn, M. (2011). *Unternehmens- und Marketingkommunikation*. München: Vahlen.
- Bruhn, M. (2012). *Kommunikationspolitik. Systematischer Einsatz der Kommunikation für Unternehmen*. München: Vahlen.
- Drengner, J. (2008). *Imagewirkungen von Eventmarketing: Entwicklung eines ganzheitlichen Messeansatzes*. Wiesbaden: Gabler.
- Holzbaur, U., Jettinger, E., Knauss, B., Moser, R., & Zeller, M. (2010). *Eventmanagement. Veranstaltungen professionell zum Erfolg führen*. Heidelberg: Springer.
- Mayring, P. (2010). *Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken*. Weinheim: Beltz.
- Meckel, M., & Schmid, B. (2008). *Unternehmenskommunikation. Kommunikationsmanagement aus Sicht der Unternehmensführung*. Wiesbaden: Gabler.
- Meffert, H., & Burmann, C. (2005). *Markenmanagement. Identitätsorientierte Markenführung und praktische Umsetzung*. Wiesbaden: Gabler.
- Rosenstiel, L. (2010). *Motivation im Betrieb: Mit Fallstudien aus der Praxis*. Leonberg: Rosenberger.
- Schneider, A. (2013). *Mit den besten Interviewfragen die besten Mitarbeiter gewinnen*. Zürich-Wollishofen: PRAXIUM Verlag.
- Schulz von Thun, F. (2008). *Miteinander reden, Störungen und Klärungen* Bd. 1-3. Reinbek: Rowohlt.
- Thinus, & Untiedt, J. (2012). *Erlebnismarketing für alle Sinne*. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Thomas, A. (2011). *Interkulturelle Handlungskompetenz. Versiert, angemessen und erfolgreich im internationalen Geschäft*. Wiesbaden: Gabler.
- Zanger, C. (2010). *Stand und Perspektiven der Eventforschung*. Wiesbaden: Gabler.

## Weitere Quellen

- <http://www.goodreads.com> zum Begriff „John Donne“ und „no man is an island“, Zugriff am 21.01.2014
- Wikipedia zum Begriff „Eisbrecher“, Zugriff am 24.09.2013.