

NUTZENDIMENSIONEN VON VERANSTALTUNGEN

IMMATERIELLE NUTZEN

Kognitive Nutzen (*Information, Bildung*)

Veranstaltungen mit kognitiver Nutzenvermittlung zielen darauf ab, dem Besucher auf der Basis kognitiver Reize zweckorientiertes Wissen zu vermitteln (Beispiel: Vorlesung).

Emotionale Nutzen (*Unterhaltung, Erlebnis*)

Die emotionale Nutzendimension trägt insbesondere dem Bedürfnis nach Ablenkung, Zerstreuung, Anregung, Vergnügen und Entspannung Rechnung (Beispiel: Show).

Soziale Nutzen (*Kommunikation, Geselligkeit*)

Veranstaltungen bieten sich aufgrund ihrer Kollektivität zur „Produktion“ sozialer Nutzen an. Diese entstehen vor allem aus dem Kontakt der Besucher untereinander (Partnerebene, Gruppenebene, Szeneebene, Publikumsebene) (Beispiel: Treffen).

DER DREIDIMENSIONALE NUTZENRAUM

Unabhängig voneinander betrachtet kann aus diesen drei Nutzendimensionen ein dreidimensionaler Nutzenraum aufgespannt werden.

Beispiele für mehrdimensionale (d.h. mindestens zweidimensionale) Veranstaltungen sind etwa Präsentationen (Informationen werden in einem unterhaltsamen, erlebnisreichen Umfeld dargeboten), **Feste** (kommunikativer Nutzen mit emotional ansprechendem Umfeld) oder ein *Full-Event* mit dreidimensionaler Nutzenstiftung.