

Vorwort

Die 3. Wissenschaftliche Konferenz Eventforschung, die am 28.10.2011 an der TU Chemnitz stattfand, stand unter dem Schwerpunktthema "Events im Zeitalter von Social Media". Mit über 250 Teilnehmern aus Eventforschung und Eventpraxis konnte ein neuer Rekord an Interesse seitens der Vertreter der Eventforschung und der Eventpraxis verzeichnet werden.

Dem thematischen Schwerpunkt der Konferenz entsprechend waren die Vorbereitung und der Konferenzverlauf erstmals komplett über Facebook und Twitter zu verfolgen. Es gelang innerhalb von knapp zwei Monaten im Vorfeld der Konferenz 136 Freunde in Facebook und 52 Follower über Twitter zu gewinnen. Über diese Social Media Tools wurde das Konferenzprogramm bekannt gemacht. Es wurden einzelne Vorträge im Vorfeld „gehyped“ und der Vorevent dokumentiert. Beim Vorevent hatten die Konferenzteilnehmer viel Spaß. Sie konnten ihre Geschicklichkeit mit dem neuen Fortbewegungs- und Trendmobil von Segway auf einem kleinen Parcours unter Beweis stellen und dabei das Thema E-Mobilität hautnah erleben.

Eine thematische Einführung, die Key Note sowie die erste Session beschäftigten sich intensiv mit der Verbindung von Events mit Social Media und zeigten verschiedene spannende Sichtweisen auf dieses Forschungsfeld auf. In der zweiten Session standen Erlebnisse im soziologischen und psychologischen Kontext im Mittelpunkt. Die Vorträge der dritten Session beschäftigten sich mit dem Zusammenhang von Events und Marken und in der vierten Session schließlich ging es um die Zusammenhänge von Events und Emotionen, die Wirkungen von Events auf die Beziehungen zwischen Konsumenten und Marken und die Messung ökonomischer, sozialer und ökologischer Effekte von Mega Events.

Highlight der 3. Konferenz Eventforschung war zweifelsohne die Podiumsdiskussion, an der sich sowohl die Teilnehmer vor Ort als auch Interessenten im Internet über eine Live-Twitter-Wall beteiligen konnten. Mit dieser Twitter-Wall konnten nicht nur die Teilnehmer im Auditorium sondern auch Eventinteressierte von außerhalb Fragen an das Podium richten und auf diese Weise das Schwerpunktthema der Veranstaltung greifbar machen. Vertreter von Agenturen und des Europe Chapter der ISES diskutier-

ten mit Wissenschaftlern in bewährter Weise moderiert von Peter Blach, dem Chefredakteur des BlachReports. Grundsätzliches Fazit: Events sind auch im Zeitalter von Social Media nicht ohne persönlichen Kontakt denkbar.

Ich freue mich deshalb ganz besonders, dass es auch für die 3. Wissenschaftliche Konferenz Eventforschung erneut gelungen ist, die anspruchsvollen Beiträge aller Referenten und die Ergebnisse der Podiumsdiskussion im vorliegenden Konferenzband zusammenzufassen, um sie interessierten Wissenschaftlern und Eventpraktikern zugänglich zu machen.

Für ihre Mitwirkung an der Konferenz und ihre wissenschaftlich anregenden Beiträge zu diesem Konferenzband darf ich mich wiederum ganz herzlich bei allen Autoren bedanken.

Mein ganz besonderer Dank gilt dem Konferenzteam des Lehrstuhls für Marketing und Handelsbetriebslehre für die Konferenzorganisation unter der Leitung von Frau Simone Sprunk sowie der Verantwortlichen für Programm und Konferenzband, Frau Pia Furchheim, für die engagierte Arbeit und den Aufbau der Social Media Präsenz der Eventkonferenz auf Facebook und Twitter.

Nun wünsche ich Ihnen eine interessante Lektüre und hoffe, Sie gewinnen beim Lesen zahlreiche Anregungen für die eigene wissenschaftliche und/oder praktische Arbeit im Eventbereich.

Ich würde mich freuen, wenn ich Sie zu einer der nächsten Wissenschaftlichen Konferenzen zur Eventforschung an der TU Chemnitz begrüßen dürfte und darf Sie herzlich einladen.

Cornelia Zanger

Events im Zeitalter von Social Media
Stand und Perspektiven der Eventforschung
Zanger, C. (Hrsg.)
2013, VIII, 205 S. 36 Abb., Softcover
ISBN: 978-3-658-00552-8