

Vorwort

Zum vierten Mal trafen sich am 26. Oktober 2012 Vertreter der Eventforschung mit Eventpraktikern und Studierenden zum Dialog anlässlich der Wissenschaftlichen Konferenz Eventforschung an der TU Chemnitz.

Die Themenwahl fiel 2012 besonders leicht: Im Jahr von Olympia und Fußball-Europameisterschaft lag es auf der Hand, für die hiesige Konferenz das Thema „Events und Sport“ in den Mittelpunkt zu stellen.

Dass die Konferenz auch im Jahr 2012 wieder ausgebucht war, mag am spannenden Thema liegen, ist aber auch als Zeichen dafür zu werten, dass es uns in den letzten Jahren gelungen ist - neben den zahlreichen Veranstaltungen der Eventbranche - an der TU Chemnitz gemeinsam mit unseren Konferenzteilnehmern eine Plattform für den wissenschaftlichen Dialog im Eventbereich zu etablieren.

Das Thema „Events und Sport“ ist aus interdisziplinär wissenschaftlicher Sicht von großem Interesse, da sowohl Sportwissenschaftler, Soziologen, Psychologen, Ökonomen und Managementwissenschaftler sich mit dem Phänomen Sport auseinandersetzen. An der TU Chemnitz konnte ich bereits im Jahr 2003 in einer repräsentativen Studie gemeinsam mit Jochen Schweizer das Faszinationspotential von 150 Sportarten typisieren und damit eine Arbeitsgrundlage für die Planung von Events und Sponsoringaktivitäten geben.

Zahlreiche Unternehmen nutzen Sport aktuell oder seit vielen Jahren im Rahmen ihrer Kommunikationsaktivitäten mit dem Ziel, einen positiven Imagetransfer von einer spannenden Sportart oder einem erfolgreichen Sportler auf die eigene Marke zu erreichen.

Entwickelt sind vor allem das Sportsponsoring und der Einsatz von Sportlern oder ganzen Sportarten als Werbeträger. Eine besonders authentische Verbindung von Marke und Sport erlaubt jedoch das Eventmarketing.

In den Keynotes wurde eine Bestandsaufnahme zu neuen Forschungsergebnissen zum Thema Events und Sport vorgelegt und dargestellt, wie Sporterlebniswelten faszinieren und Sportveranstaltungen evaluiert werden können. Eine Session beschäftigte sich mit ausgewählten Aspekten bei Sportevents wie Personalmanagement und Compliance. Eine weitere Session fasste interessante wissenschaftliche Beiträge zusammen, die Events aus verschiedenen Perspektiven betrachten. So wurden Events im Zusammen-

hang mit touristischen Attraktionen erforscht. Die Zuhörer erfuhren Neues über Gruppenerlebnisse bei Events und schließlich erfolgte eine Betrachtung aus der Perspektive der Service Dominant Logic, die Events als Wertnetzwerke analysierte. Die letzte Session war eine Fortsetzung der Diskussionen der 3. Eventkonferenz 2011 zum Thema Events und Social Media und lieferte auf diesem dynamischen Feld neue, spannende Forschungsergebnisse.

Besondere Aufmerksamkeit erhielt auch auf der 4. Konferenz Eventforschung die Podiumsdiskussion zum Thema "Events und Sport". Ausgehend von dem österreichischen Extremsportler Felix Baumgartner und seinem Stratos Sprung aus fast 40 km Höhe, gesponsert durch die Firma Red Bull, entwickelte sich eine spannende Diskussion zwischen Agenturvertretern und Wissenschaftlern zum Nutzen und den Erfolgsfaktoren von Sportevents und Sportsponsoring, die durch Michal Hosang als Vertreter des Europe Chapter der ISES moderiert wurde.

Ich freue mich deshalb ganz besonders, dass es auch für die 4. Wissenschaftliche Konferenz Eventforschung wiederum gelungen ist, die anspruchsvollen Beiträge unserer 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 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 den Verantwortlichen für Programm und Konferenzband, Frau Pia Furchheim und Frau Susan Endler, für ihre engagierte Arbeit sowie Herrn Thomas Am Ende für die Betreuung von Internet und Social Media Präsenz der Eventkonferenz.

Auch für den 4. Konferenzband der Wissenschaftlichen Konferenz Eventforschung darf ich Ihnen eine interessante Lektüre wünschen 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 und Sport

Stand und Perspektiven der Eventforschung

Zanger, C. (Hrsg.)

2013, X, 277 S. 40 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-03680-5