

Vorwort

Mit der 5. Wissenschaftlichen Konferenz Eventforschung, die am 25. Oktober 2013 vom Lehrstuhl für Marketing und Handelsbetriebslehre der TU Chemnitz veranstaltet wurde, ist es gelungen ein Veranstaltungsformat zu etablieren, das es im Eventbereich bisher so nicht gab. Die rege Beteiligung machte auch in diesem Jahr deutlich, dass ein großes Interesse sowohl an neuen Forschungsergebnissen als auch am intensiven persönlichen Dialog zwischen Wissenschaft und Praxis besteht und die Chemnitzer Konferenz Eventforschung genau dazu eine besonders geeignete Plattform bietet.

Im Schwerpunktthema wurden zur 5. Wissenschaftlichen Konferenz Eventforschung „Events und Messen“ als komplementäre Instrumente der Live Kommunikation diskutiert. Die Bedeutung des Instrumentes Messe im Kommunikations-Mix der Unternehmen ist seit Jahren unverändert hoch und die Verbindung der Eventforschung mit dem Thema Messe steht damit oben auf der Agenda.

Wir freuten uns in diesem Jahr ganz besonders über die Unterstützung der Konferenz durch den AUMA Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft und die spannende Keynote des Geschäftsführers des AUMA, Dr. Peter Neven, zur Zukunft von Messen und deren Stellung im Kommunikations-Mix der Unternehmen.

Weitere Beiträge u. a. von der Handelshochschule Leipzig und der TU Kaiserslautern stellten empirische Ergebnisse zur Wahrnehmung von Messeständen und der Atmosphäre auf Messen dar bzw. beschäftigten sich mit Interaktionsprozessen auf Messen. Auf großes Interesse stieß ebenfalls der praxisorientierte Vortrag von Rolf Sommer von der EnBW Energie Baden-Württemberg AG, der den vernetzten Einsatz von Kommunikationsinstrumenten und deren Wirkung auf den Konsumenten sehr anschaulich darstellte.

In zwei thematisch offenen Sessionen am Nachmittag wurden in bewährter Weise aktuelle Ergebnisse der Eventforschung vorgestellt. Die Konferenzteilnehmer konnten u. a. zu Crowd Dynamics und Crowd Management, zum Erlebnis-Verständnis im Rahmen von Events, zum interaktiven Event-Medialen-Erlebnisraum, zur Stimmungsgestaltung im Eventkontext und zur Wahrnehmungsmessung beim Sponsoring Neues erfahren und angeregt diskutieren.

Die 5. Wissenschaftliche Konferenz Eventforschung in Chemnitz bot auch 2013 wieder ein anregendes Programm und führte zu lebhaften Diskussionen. Im Fazit zum Schwerpunktthema waren sich Referenten und Diskutanten einig, dass der integrierte

Einsatz von Messen und Events sowohl im Rahmen von endkundengerichteten Marketingaktivitäten als auch im Business-to-Business-Marketing ein erfolversprechender Ansatz ist.

Auch für die Konferenz Eventforschung 2013 ist es wiederum gelungen, alle Konferenzbeiträge und auch Beiträge, die aufgrund der hohen Zahl von Vortragsmeldungen nicht in das Konferenzprogramm aufgenommen werden konnten, im vorliegenden Konferenzband zusammenzufassen, um sie interessierten Forschern und Praktikern aus den Bereichen Messen und Events zugänglich zu machen.

Für die zeitnahe Bereitstellung der wissenschaftlichen Beiträge zu diesem Konferenzband darf ich mich ganz herzlich bei allen Autoren bedanken.

Wie bei jeder Konferenz wäre diese ohne die Unterstützung eines engagierten Konferenzteams undenkbar. Deshalb gilt mein ganz besonderer Dank dem Konferenzteam des Lehrstuhls für Marketing und Handelsbetriebslehre der TU Chemnitz für die Konferenzorganisation unter der bewährten Leitung von Frau Simone Sprunk sowie den Verantwortlichen für Programm und Konferenzband, Frau Dr. Pia Furchheim und Frau Katja Lohmann, für ihren unermüdlichen Einsatz sowie Herrn Thomas Am Ende für die Betreuung von Internet und Social Media Präsenz der Eventkonferenz.

Für unseren nunmehr schon 5. Sammelband zur Wissenschaftlichen Konferenz Eventforschung darf ich Ihnen eine interessante Lektüre wünschen und hoffe, Sie gewinnen beim Lesen zahlreiche Anregungen für Ihre eigene Arbeit im Event- und Messebereich.

Ich würde mich sehr freuen, wenn ich Sie zu unserer 6. Wissenschaftlichen Konferenz Eventforschung am 24. Oktober 2014 begrüßen dürfte. Die Konferenz 2014 steht unter dem Thema „Events und Emotionen“ und ich möchte Sie schon heute herzlich nach Chemnitz einladen.

Cornelia Zanger

Events und Messen

Stand und Perspektiven der Eventforschung

Zanger, C. (Hrsg.)

2014, VIII, 274 S. 62 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-06234-7