

Vorwort

Die 8. Wissenschaftliche Konferenz Eventforschung der TU Chemnitz brachte am 28. Oktober 2016 über 200 Wissenschaftler, Lehrende und Professionals zum Schwerpunktthema „Events und Erlebnis“ zu spannenden Vorträgen und anregenden Diskussionen zusammen. Ein ganz besonderes „Erlebnis“ war für die Teilnehmer das neue Fußballstadion des Chemnitzer Fußballclubs, in dem vor dem Fußballhintergrund ein inspirierender Erlebnisraum für die Konferenz geschaffen wurde.

Jean-Jacques Rousseau, der Philosoph und Aufklärer hat es sehr treffend formuliert: „Nicht der Mensch hat am meisten gelebt, welcher die höchsten Jahre zählt, sondern der, welcher sein Leben am meisten empfunden hat“ – Erlebnisse schaffen Lebensqualität. Die Aufgabe des Eventmarketing bzw. der Live Kommunikation ist es, Menschen Angebote zum Erleben zu machen bzw. mit Events Erlebnisse zu vermitteln und damit einen nachhaltigen Beitrag zur Lebensqualität der Eventbesucher zu leisten. Doch wie entstehen unvergessliche Eventerlebnisse? Wie fließen virtuelle und reale Welt bei Eventerlebnissen aktuell zusammen? Oder wie werden Markenerlebnisse z. B. auf Messen in 3D optimal inszeniert? – Das waren Fragestellungen mit denen sich die Referenten und Teilnehmer der 8. Eventkonferenz konstruktiv auseinandersetzten.

Viel Beachtung fanden die zwei Keynotes von renommierten Praxisvertretern. Rudolf Sommer von der EnBW aus Stuttgart setzte sich mit den Zukunftsperspektiven der Live Kommunikation in Zeiten disruptiven Wettbewerbs und conversiver Märkte auseinander. Dabei ging er auf den Einfluss der Digitalisierung der Märkte und Kundenbeziehungen, die Notwendigkeit zur crossmedialen Kommunikation, die Nutzung der Artificial Intelligence zur Erneuerung der Produkt- und Marktpositionierung sowie den Trend zur Individualisierung ein und zog Rückschlüsse für die Erlebnisinszenierung. Die kreative Inszenierung von Eventerlebnissen stand im Fokus des Vortrages von Detlef Wintzen von der Award verwöhnten Live Kommunikationsagentur „insglück“ aus Berlin. Vor dem Hintergrund der Agenturaufgabe, eine hohe Erlebnisintensität beim Eventteilnehmer zu erreichen, stellt er anhand von eindrucksvollen Videobeispielen dar, wie individualisierte Erlebnisse im virtuellen Raum Live-Charakter erhalten und mit Live-Erlebnissen verbunden werden.

Professor Ulrich Wunsch von der HdP Berlin setzte sich mit dem Erlebnisbegriff aus soziologischer Sicht auseinander und stellte seine persönlichen Erlebniseindrücke auf

„Karls Erdbeerhof“, einer Erlebnisdorfkette in Norddeutschland und Berlin, vor. Professor Jan Drenger von der Hochschule Worms ging in seinem Beitrag ebenfalls auf den Erlebnisbegriff ein. Er betrachtete das Erlebnis aus Sicht des Marketing und nutzte dazu den Ansatz der Service-dominant Logic.

In einem zu intensiver Diskussion anregenden Vortrag stellte die Chemnitzer Eventforscherin Katja Lohmann ein experimentelles Researchprojekt gemeinsam mit dem Geschäftsführer der Internationalen Tourismusbörse (ITB) Berlin, David Ruetz, vor. Mit dem Einsatz von Sensor- und Videotechnik wurde die Erlebniswirkung von Standard- und Individualmesseständen vergleichend getestet. Es konnten Ergebnisse zu Interaktionsmustern und Interaktionszeiten zwischen Messebesuchern und Standbetuern ebenso analysiert werden wie zur Emotionalisierung und emotionalen Ansteckung. Aus rechtlicher Sicht beschäftigte sich Rechtsanwältin Dr. Mandy Risch-Kerst mit der Markenfähigkeit von 3D-Marke ninszenierungen und stellte dazu neue, wegweisende Urteile zum Markenschutz von Flagshipstores dar.

Spiele als Hintergrund der Erlebnisinszenierung wurden in zwei Beiträgen betrachtet. Frau Professorin Ursula Drees von der Hochschule der Medien Stuttgart ging in ihrem Vortrag auf Spielregeln in interaktiven Erlebnisräumen ein und forderte eine spezielle Gestaltung von Interfaces als Übersetzer zwischen Mensch und Maschine, die für den Spieler im Erlebnisraum ein beständiges Feedback geben, einen Interaktionsdialog mit Lernmöglichkeiten eröffnen und eine Wechselseitigkeit wie im persönlichen Gespräch ermöglichen. Professor Jan Drengner stellte vor wie zum Rheinland-Pfalz-Tag Online basierte Spiele als Instrument zur Inszenierung von Veranstaltungserlebnissen genutzt werden sollen.

In mehreren Beiträgen wurde der Einfluss der Digitalisierung der Kommunikation auf die Gestaltung der Live Kommunikation diskutiert. Professor Dirk Hagen von der SRH Hochschule Berlin stellte in seinem Vortrag vor wie Matchmaking als innovatives Interaktionsformat in der Meeting-Industry insbesondere im Businesskontext genutzt werden kann. In der sich anschließenden intensiven Diskussion erörterten die Konferenzteilnehmer vor allem die Chancen und Barrieren für das Matchmaking. Torsten Rietbook von der Agentur Clausecker&Bingel aus Berlin zeigte die Wege zu Cross Media Konzepten auf und präsentierte, wie digitale Tools z. B. der Augmented-Reality innerhalb von Live Events nutzenstiftend eingesetzt werden können. Schließlich führten Ulrike Michalski und Oliver Gehlert von „teambits“ aus Darmstadt in die

inszenierte digitale Moderation auf Veranstaltungen ein und bezogen die Konferenzteilnehmer interaktiv auf ihren mobilen Endgeräten ein.

Ein besonders inspirierender Vortrag kam von dem österreichischen Kommunikations- und Kulturwissenschaftler Thomas Duschlbauer von der Fachhochschule St. Pölten, der an eindrucksvollen Beispielen seiner Schauspielergruppe zeigte, wie mittels von Eventinszenierungen im städtischen Raum der Gesellschaft kritisch-ironisch der Spiegel vorgehalten werden kann.

Zum zweiten Mal wurde während der Konferenz der durch die TU Chemnitz und den FAMAB Kommunikationsverband e. V. ausgelobte Deutsche Forschungspreis für Live Communication, der LiveComPreis 2016, verliehen. Der LiveComPreis zeichnet talentierte Nachwuchsforscher aus, die mit ihrer Bachelor- oder Masterarbeit eine sowohl wissenschaftlich interessante als auch praktisch relevante Aufgabenstellung aus dem Bereich der Live Communication (Events, Messen, Kongresse, Brandlands u. ä.) herausragend bearbeitet haben. Bewertet wurden die „Neuartigkeit der Fragestellung und der Ergebnisse“, die „Theoretische Begründung der Arbeit“, die „Qualität der (empirischen) Untersuchung“ sowie die „Praxisrelevanz der Handlungsempfehlungen“.

In diesem Jahr ging der Preis für die beste Bachelorarbeit an Frau Lisa-Marie Lang von der DHBW in Ravensburg, die sich mit nachhaltigem Lernen im Flipped Congress beschäftigte. Gleichauf lagen die zwei ausgezeichneten Masterarbeiten von Herrn Matthias Scheithauer von der Universität Leipzig, der Corporate Events in der Innovationskommunikation untersuchte und Frau Beatrix Behrend von der TU Chemnitz, die eine Arbeit zu Wertschöpfungseffekten angekündigter Sponsoringverträge bei der FIFA Fußballweltmeisterschaft schrieb. Als Anerkennung erhielten die drei Gewinner Tickets zur Teilnahme an der FAMAB Award Verleihung 2016 in Ludwigsburg.

Auch für den vorliegenden Konferenzband zur 8. Wissenschaftlichen Konferenz Eventforschung ist es uns wiederum gelungen alle wissenschaftlichen Beiträge zusammenzufassen, um sie der interessierten Fachöffentlichkeit zugänglich zu machen. Ganz besonders freue ich mich, dass auch einer der mit dem LiveComPreis 2016 ausgezeichneten Absolventen, namentlich Herr Mathias Scheithauer, die wichtigsten Ergebnisse seiner Masterarbeit im Konferenzband vorstellt. Für ihre Mitwirkung an der Konferenz und ihre anregenden Beiträge zu diesem Konferenzband darf ich mich auch in diesem Jahr ganz herzlich bei allen Autoren bedanken.

Ohne unser Konferenzteam von Mitarbeitern und Studenten des Lehrstuhls für Marketing und Handelsbetriebslehre der TU Chemnitz wäre unsere Konferenz nicht denkbar, deshalb auch an sie alle mein Dank. Besonders hervorheben möchte ich die perfekte Konferenzorganisation unter der bewährten Leitung von Frau Simone Sprunk, die professionelle Programmplanung und große Geduld bei der Zusammenstellung des Konferenzbandes durch Frau Katja Lohmann sowie die exzellente Betreuung von Internet und Social Media Präsenz der Eventkonferenz durch Herrn Thomas Am Ende.

Nun hoffe ich, dass Sie wiederum neugierig auf unseren 8. Sammelband zur Wissenschaftlichen Konferenz Eventforschung geworden sind und möchte Ihnen eine spannende Lektüre sowie viele Anregungen für Ihre eigene Arbeit im Eventbereich wünschen.

Ich würde mich sehr freuen, wenn ich Sie zu unserer 9. Wissenschaftlichen Konferenz Eventforschung am 27. Oktober 2017 begrüßen dürfte. Die Konferenz 2017 wird unter dem Thema „Events und Marken“ stehen und ich darf Sie schon heute herzlich nach Chemnitz einladen.

Cornelia Zanger

Events und Erlebnis

Stand und Perspektiven der Eventforschung

Zanger, C. (Hrsg.)

2017, X, 286 S. 42 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-19235-8