

Vorwort

In den letzten Jahren ist die Wissenschaftliche Konferenz Eventforschung an der TU Chemnitz im deutschsprachigen Raum zu einer Institution geworden. Die 2009 vom Lehrstuhl für Marketing initiierte Konferenz hat sich als Plattform des Dialogs zwischen Eventforschern und Eventpraxis etabliert.

Am 24. Oktober 2014 kamen Wissenschaftler, Lehrende und Professionals bereits zur 6. Wissenschaftlichen Konferenz Eventforschung in Chemnitz zusammen. Das Besondere war, dass sie genau zum 20-jährigen Gründungsjubiläum des Lehrstuhls für Marketing und Handelsbetriebslehre an der TU Chemnitz stattfand.

Unter dem Schwerpunktthema „Events und Emotionen“ waren die Referenten aufgefordert, Arbeiten vorzustellen, welche die emotionale Wirkung von Events untersuchen. Die große Resonanz auf den „Call for Papers“ und die hohe Qualität der Beitragsmeldungen machte es leicht, ein anspruchsvolles Konferenzprogramm zusammenzustellen.

In drei Keynotes wurde diese besondere Wirkung von Events aus psychologischer Sicht, aus der Perspektive eines eventveranstaltenden Unternehmens und aus Agentursicht eindrucksvoll analysiert. In seinem spannenden Vortrag plädierte der Psychologieprofessor Udo Rudolph unter dem Motto „Es gibt nichts Gutes, außer man fühlt es!“ dafür, die Palette der Emotionen bei der Eventkreation stärker auszureizen und neben Freude und Glück beispielsweise auch Bewunderung, Stolz, Dankbarkeit, Respekt und Ehrfurcht als positive Emotionen einzusetzen. Corinna Vellnagel stellte als Projektleiterin Marketing Communications der BMW M GmbH aus München vor, wie bis ins Detail durchdachte Eventkonzepte die Markenwerte von BMW M für den Kunden in faszinierenden Events emotional erlebbar machen. „Touch me if you can“ – Sabine Clausecker sprach als CEO der Agentur CB.e aus Berlin über die hohe Kunst, Menschen mit Events wirklich zu berühren und konnte die Zuhörer dabei in ihren Bann ziehen. Von weither angereist war der Direktor des Australian Center for Event Management Professor Rob Harris von der University of Technology Sydney, der in seinem Vortrag über die emotionale Wirkung von Musik-Festivals sprach.

Wissenschaftliche Beiträge von den Hochschulen aus Worms, Dortmund und Heidelberg beschäftigten sich in einer Session mit der Inszenierung von Events. Das Spektrum reichte vom Erlebnispotential emotionaler Inszenierung über die Wirkung von Musik bis zur Untersuchung der emotionalen Nachhaltigkeit von Inszenierungen am

Beispiel einer Theateraufführung, bei der gezeigt werden konnte, dass Musik als szenisches Mittel, die emotionale Nachhaltigkeit steuert.

Eine weitere Gruppe von Vorträgen beschäftigte sich mit dem kollektiven Erleben von Emotionen. Besondere Aufmerksamkeit erregte der Vortrag von Professor Georg Herbst von der Universität der Künste Berlin zur Bedeutung von Spiegelphänomenen für die emotionale Wirkung von Events. Er machte an Beispielen eindrucksvoll deutlich, wie Menschen die Emotionen und Handlungsziele ihres Gegenüber erkennen und auf diese Weise mittels einer emotionalen Dramaturgie die Gefühle der Teilnehmer bei einem Event gesteuert werden können. Beiträge aus Chemnitz und Hamburg beschäftigten sich mit dem interessanten Phänomen der „emotionalen Ansteckung“ bei Events.

In einer weiteren Session wurde zu den rechtlichen Vorteilen und der verhaltenswissenschaftlichen Wirkung von Marken im Eventbereich gesprochen. Zur Diskussion gestellt wurden weiterhin eine innovative Technik zur Messung von multisensorischen Event- und Messeerlebnissen mittels der iBeacon-Technologie von der TU Kaiserslautern und zum anderen vom Institut für Soziologie der TU Berlin die ersten empirischen Ergebnisse zu der noch jungen Eventform der Barcamps.

Als grundsätzliches Fazit der Vorträge und Diskussionen zur Eventkonferenz 2014 bleibt festzuhalten: Die positive Emotionalisierung der Eventteilnehmer, die Vermittlung von Freude am echten, am Live Erlebnis – das sind die entscheidenden Erfolgsfaktoren von Events als Instrument der Live Kommunikation.

Ich freue mich besonders, dass es uns auch für die 6. Wissenschaftliche Konferenz Eventforschung 2014 wiederum gelungen ist, alle Konferenzbeiträge im vorliegenden Sammelband zusammenzufassen, um diese interessierten Forschern, Lehrenden und Praktikern zugänglich zu machen.

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

Mein ganz besonderer Dank gilt auch anlässlich der 6. Eventkonferenz meinem Konferenzteam von Mitarbeitern und Studenten des Lehrstuhls für Marketing und Handelsbetriebslehre der TU Chemnitz. Besonders hervorzuheben sind die perfekte Konferenzorganisation unter der bewährten Leitung von Frau Simone Sprunk, die professionelle Programmplanung und Zusammenstellung des Konferenzbandes durch Frau Katja

Lohmann, Frau Dr. Pia Furchheim, Frau Juliane Borsdorf und Frau Sophie Ruckau sowie die exzellente Betreuung von Internet und Social Media Präsenz der Eventkonferenz durch Herrn Thomas Am Ende.

Nun hoffe ich, dass Sie neugierig auf unseren 6. Sammelband zur Wissenschaftlichen Konferenz Eventforschung geworden sind und möchte Ihnen eine interessante Lektüre sowie viele Anregungen für Ihre eigene Arbeit im Eventbereich wünschen.

Ich würde mich sehr freuen, wenn ich Sie zu unserer 7. Wissenschaftlichen Konferenzen Eventforschung am 30. Oktober 2015 begrüßen dürfte. Die Konferenz 2015 wird unter dem Thema „Event und Tourismus“ stehen und ich darf Sie schon heute herzlich nach Chemnitz einladen.

Cornelia Zanger



<http://www.springer.com/978-3-658-10302-6>

Events und Emotionen
Stand und Perspektiven der Eventforschung
Zanger, C. (Hrsg.)
2015, X, 343 S. 53 Abb., Softcover
ISBN: 978-3-658-10302-6