

Themenfelder aus Theorie und Praxis

Das Handbuch ist in neun Themenfelder unterteilt. Eventmarketing wird darin vor dem gesellschaftlichen Hintergrund betrachtet. Vertiefend wird die Eventpraxis in den Bereichen Sport, Tourismus, Städte und Unternehmen untersucht. Neue Perspektiven werden in den Kapiteln „Marketing für morgen“, „Innovationsfelder“ und „Events in der Erlebnisgesellschaft“ eröffnet.

Nachhaltige Sportevents

Sportevents stellen das ökonomisch wichtigste Teilssegment der „Public Events“ dar. Die Ansätze für nachhaltige Events im Bereich von Sport und Umwelt sind am weitesten fortgeschritten. Die besondere Dynamik des Trends zum Sportevent liegt im Sport selbst begründet, aber auch in neueren gesellschaftlichen Entwicklungen. Nachhaltige Sportevents zeichnen sich nicht nur durch einen geringeren Ressourcenverbrauch, sondern auch durch intelligente und innovative Ansätze aus, die die Erlebnisqualität eines Events verbessern.

Erlebnis Nachhaltigkeit

Die Vermittlung der Ziele und Werte des Nachhaltigkeitsleitbildes stellt für Politik, Wissenschaft und Wirtschaft eine besondere Herausforderung dar. Hierbei werden unterschiedliche Strategien verfolgt: Medialisierung, Popularisierung und Emotionalisierung. Konventionelle, kopflastige Konzepte der Umweltkommunikation werden zunehmend verlassen. Es geht um neue sinnliche und ästhetische Erfahrungen. Die kulturelle Dimension der Nachhaltigkeit wird inszeniert. Doch wie nachhaltig und sinnvoll sind diese Kommunikationsstrategien? Und wie kann der Wertekontext der Nachhaltigkeit mit Mitteln des Eventmarketing erfolgreich und erlebnisreich für verschiedene Zielgruppen vermittelt werden? Können im Nachhaltigkeitsmarketing die gleichen Mittel und Strategien eingesetzt werden wie in der Produktwerbung? Diesen Fragen wird im Handbuch aus unterschiedlichen Perspektiven nachgegangen.

Projekt-Team und Partner

Projekt-Team (Wuppertal Institut):

Rainer Lucas (Projektleitung), Holger Dalkmann, Sandra Kolberg, Melanie Krause, Lisa Krauter, Carolin Schäfer-Sparenberg, Julia Wichmann, Henning Wilts

Projektpartner:

Lehrstuhl für Soziologie der Universität Stuttgart-Hohenheim (Prof. Dr. Eugen Buß, Dr. Ulrike Fink-Heuberger, Anne Pollman), Prof. Ulrich Wünsch (congruens – Büro für Kommunikation), Esther Koeniges, Oliver Teuber (dialogo – Agentur für Neue Kommunikation), Tim Kriegelstein (Agentur Blanket, bis 12/2003)

Gefördert durch:

Bundesministerium für Bildung und Forschung im Rahmen des Forschungsprogramms „Nachhaltiges Wirtschaften – Möglichkeiten und Grenzen neuer Produktnutzungsstrategien, Teil B: Bedürfnisfelder“

Laufzeit: 01.06.2002 – 31.01.2006

Homepage:

www.eventkultur.net (Projekt-Homepage)
www.eventkultur-lab.de (Virtuelles Handbuch)

Ansprechpartner:

Rainer Lucas
Tel.: +49 (0) 202 2492-260
E-Mail: rainer.lucas@wupperinst.org

Die Erstellung des Handbuches ist ein offener Prozess. Kritik, Kommentare und Ideen sind willkommen. E-Mails bitte an info@eventkultur.net

Fotos:

Agentur Blanket, Fördergemeinschaft Ökologischer Landbau Berlin-Brandenburg e.V., IMEX, Lisa Krauter, PhotoDisc, Solarcafé Gbr, Oliver Teuber, Wuppertal Institut



Das virtuelle Handbuch für eine
Nachhaltige Eventkultur

www.eventkultur-lab.de

Projektbeschreibung

Das Forschungsprojekt „Eventkultur und Nachhaltigkeit“ hat zwei zentrale Fragen bearbeitet:

- Wie können Events nachhaltiger werden?
- Wie kann die Nachhaltigkeit erlebnisreicher werden?

Mit dieser doppelten Orientierung wurde beabsichtigt, unterschiedliche Kommunikationskulturen zusammenzuführen. Anhand umfangreicher empirischer Untersuchungen wurden Handlungsbedingungen für eine nachhaltige Eventplanung ermittelt. Für die Bereiche Unternehmenskommunikation, Sport-, Tourismus- und Stadtmarketing wurden Teilstudien erstellt. Der Lehrstuhl für Soziologie der Universität Hohenheim (Prof. Eugen Buß) führte umfangreiche Befragungen mit Marketingverantwortlichen von Unternehmen und mit Event-Besuchern durch, um strategische Eventziele und Leitbilder zu ermitteln. Ein Ergebnis des Projektes ist: Die Akzeptanz für ressourcensparende und nachhaltige Veranstaltungen wird in dem Maße steigen, wie es gelingt, die Umwelleistung zu verbessern und als integrierten Qualitätsbaustein in der Eventwirtschaft zu etablieren. Der Event der Zukunft überzeugt durch seine Bindungswirkung und seinen sparsamen Umgang mit Ressourcen.

Das virtuelle Handbuch Eventkultur.lab

Sie planen eine Veranstaltung – auf neudeutsch einen Event? Sie wollen dies möglichst Ressourcen schonend und umweltfreundlich über die Bühne bringen und dabei eine dauerhafte Bindung der Zielgruppen erreichen? Ob Sportveranstaltung oder Firmenjubiläum, ob Stadtmarketing oder Präsentation eines neuen Produktes, hier finden Sie Anregungen, Beispiele, Tipps und Tools. Das Handbuch lädt ein zu einer Reise durch die deutsche Eventlandschaft. In origineller Weise vermittelt es wissenschaftliche Grundlagen, empirische Ergebnisse und innovative Ideen und Ansätze für ein nachhaltiges Qualitätsmanagement von Events.

Innovationen in der Eventwirtschaft

Innovationen gelten allgemein als Voraussetzung für geschäftlichen Erfolg. Eventkultur.lab wendet sich insbesondere den Öko-Innovationen in der Eventwirtschaft zu. Diese tragen dazu bei, dass sich der Umweltverbrauch pro Nutzeneinheit verringert. Um dieses Ziel zu erreichen, gibt es unterschiedliche Wege: effizientere Technik, solide Verarbeitung, neue Managementmethoden oder einfach ein maßvoller Einsatz der Mittel. Nachfolgende Dienstleistungen besitzen besonderes Innovationspotential:



Foto: IMEX

Innovationsfelder

Catering

Auf vielen Events spielt das Catering eine Schlüsselrolle und ist weitaus mehr als die reine Verpflegung mit Essen und Trinken. ‚Liebe geht durch den Magen‘, so versinnbildlichen bereits die alten Lebensweisheiten den entscheidenden Einfluss des kulinarischen Angebotes auf den Gesamteindruck des Gastes, sei es auf einer Galaveranstaltung, einem Open-Air-Festival oder auf Messen. Ein nachhaltiges ‚Event-Catering‘ vermittelt den Gästen nicht nur innovative Formen einer Ess- und Genussskultur, sondern bietet auch erfolgreiche Integrationsmöglichkeiten im Marketing-Mix.

Umweltfreundliches Messemanagement

Für dieses Innovationsfeld wurde ein handlungsorientierter Ansatz erarbeitet, der unter Beachtung wettbewerblischer und organisatorischer Rahmenbedingungen die Möglichkeiten zur ökologischen Gestaltung im Bereich des Messebaus aufzeigt. Fokussiert wird das Ziel der Produktdauerverlängerung und den hiermit verbundenen produkt- und dienstleistungsbezogenen Innovationen. Vorgestellt wird u. a. das Konzept FAIRCYCLE, ein Netzwerk für die Nachnutzung von gebrauchten Messeausstattungen und der „Green Exhibitor Award“ der Incentive-Messe IMEX.

Verkehr und Mobilität

Mobilitätsfragen und -konzepte spielen derzeit im Rahmen eines Events kaum eine Rolle. Dazu fehlt meist der ganzheitliche Blick. Eine Ausweitung des Events vom Standort des Geschehens bis zur An- und Abreise des Publikums leistet einen Beitrag für eine nachhaltigere Gestaltung und trägt zugleich zu einer besseren Kundendienstleistung und damit zu einer Qualitätsverbesserung bei. Dazu bedarf es bei den Verantwortlichen eines veränderten Problembewusstseins, umweltfreundliche Lösungen zu entwickeln und zu integrieren.

Zahlreiche Beispiele, Tipps und Tools aus der Eventplanung zeigen: Umweltfreundliche Mobilitätskonzepte sind möglich.



Fotos:
Solarcafé Gbr/
www.solarcafe.de
Solarabelisk und
Icy Rider