

## Vorwort

Die Internationalisierung ist von hoher strategischer und operativer Wichtigkeit für ein Unternehmen. Besonders für deutsche Messeveranstalter erscheint die Expansion in ausländische Märkte attraktiv, da deren Heimatmarkt seit einer Dekade durch Stagnation geprägt ist. Folglich trägt das Auslandsgeschäft überproportional zum Wachstum öffentlicher deutscher Messegesellschaften bei. Die betriebswirtschaftliche Notwendigkeit der Internationalisierung muss jedoch mit den Spezifika eines öffentlich-rechtlichen Unternehmens in Einklang gebracht werden. In meiner beratenden Tätigkeit habe ich die Erfahrung gemacht, dass in der öffentlich-rechtlich dominierten Messebranche kein fundierter Ansatz existiert, um die Auswirkungen der Internationalisierung von Messegesellschaften zu analysieren. Daraus ergab sich als Ziel dieser Arbeit, die Auswirkungen der Internationalisierung von Messeveranstaltungen für den Heimatstandort des Unternehmens theoretisch und empirisch zu untersuchen. Neben der Quantifizierung der Internationalisierungseffekte liegt ein wesentlicher Mehrwert der Arbeit in der Versachlichung aller Aspekte, die die Internationalisierung von öffentlichen Messeveranstaltern betreffen.

Bei der Anfertigung der vorliegenden Arbeit habe ich vielfältige Unterstützung erhalten, für die ich mich herzlich bedanken möchte:

Meinem Doktorvater, Herrn Prof. Dr. Manfred Kirchgeorg, danke ich für seine große Offenheit gegenüber meiner Vorgehensweise im Rahmen der Analyse der Internationalisierungseffekte und für seine wissenschaftliche Betreuung. Herrn Prof. Dr. Wilhelm Althammer danke ich für die freundliche Übernahme des Zweitgutachtens.

Ein herzliches Dankeschön gilt allen Branchenexperten, die durch ihr Wissen und ihre Kooperationsbereitschaft einen wesentlichen Anteil am Erfolg dieser Arbeit tragen. Hierbei sind im Speziellen die Mitarbeiter des AUMA, Herr Harald Kötter und Herr Timo Berger, zu nennen, die eine ausgezeichnete Datengrundlage für die Zeitreihenanalyse bereitgestellt haben. Des Weiteren möchte ich mich für das Vertrauen eines Geschäftsführers einer deutschen Messegesellschaft, der aus Gründen der Diskretion nicht namentlich genannt werden darf, bedanken. Dieser hat die Analyse der internationalen Kundenmigration im Zuge von drei Fallstudien erst ermöglicht. Außerdem danke ich den Gesprächspartnern aus den Experteninterviews für die um-

fangreichen Einblicke in alle Aspekte der Internationalisierung von Messeveranstaltungen.

Zu Dank verpflichtet bin ich auch meinem Arbeitgeber Roland Berger Strategy Consultants, namentlich meinem langjährigen Mentor Lars Luck. Die organisatorischen Hilfestellungen und der finanzielle Beitrag waren die Voraussetzung, um das Promotionsprojekt überhaupt in Angriff nehmen zu können. Danken möchte ich des Weiteren sowohl Dr. Christian Krys für die kontinuierliche Unterstützung des Promotionsprogramms als auch Dr. Norbert Stoeck für seine inhaltliche Herausforderung.

Mein größter Dank gebührt neben meinen Eltern im Besonderen meiner verständnisvollen Frau Silke. Seit der ersten thematischen Skizze Anfang des Jahres 2009 bis zur finalen Publikation der Dissertation im Jahr 2013 hat sie mich stets uneingeschränkt unterstützt. Ihr und unseren innerhalb des Promotionszeitraumes geborenen drei Kindern möchte ich diese Arbeit widmen.

Felix von Grega

Internationalisierung des Messewesens  
Auswirkungen auf öffentliche  
Veranstaltungsgesellschaften  
von Grega, F.  
2013, XX, 333 S. 34 Abb., Softcover  
ISBN: 978-3-658-01812-2