

## Inhaltsverzeichnis

<b>Inhaltsverzeichnis .....</b>	<b>IX</b>
<b>Abbildungsverzeichnis .....</b>	<b>XV</b>
<b>Tabellenverzeichnis .....</b>	<b>XVII</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis .....</b>	<b>XIX</b>
<b>A Bedeutung der Internationalisierung für öffentliche Messeveranstalter .....</b>	<b>1</b>
1 Bedeutung der Internationalisierung .....	2
2 Aktueller Stand der Internationalisierung im öffentlich geprägten Messewesen .....	7
2.1 Internationales Messewesen .....	8
2.2 Deutsches Messewesen .....	13
3 Zielsetzung und Gang der Untersuchung .....	20
<b>B Besonderheiten von öffentlichen Messegesellschaften als Forschungs- raum .....</b>	<b>23</b>
1 Begriffsabgrenzungen .....	23
1.1 Internationalisierung .....	23
1.2 Internationale Dienstleistung .....	25
1.3 Messeveranstaltung .....	29
1.3.1 Nachfrageorientierte Begriffsdefinition von Messeveranstaltung .....	30
1.3.2 Dienstleistungsorientierte Begriffsdefinition von Messeveranstaltung .....	32
1.3.3 Implementierungsorientierte Begriffsdefinition von Messeveranstaltung .....	34
1.4 Internationale Messeveranstaltung .....	37
1.4.1 Funktionale Begriffsdefinition von internationaler Messeveranstaltung .....	37
1.4.2 Institutionelle Begriffsdefinition von internationaler Messeveranstaltung .....	39
2 Dienstleistungsmerkmale einer Messeveranstaltung .....	40
2.1 Immaterialität .....	41

2.2	Integrativität .....	42
2.3	Nichtlagerfähigkeit .....	47
2.4	Qualitätsschwankungen .....	49
2.5	Implikationen der Dienstleistungsmerkmale für die Internationalisierung.....	53
3	Wettbewerbsumfeld einer Messeveranstaltung.....	54
3.1	Intermedialer Wettbewerb .....	55
3.1.1	Neue Medien.....	56
3.1.2	Messeähnliche Veranstaltungen .....	58
3.2	Intramedialer Wettbewerb .....	59
3.2.1	Leistungsebene.....	59
3.2.2	Veranstalterebene.....	61
3.2.3	Eigentümerebene.....	63
4	Implikationen aus den Besonderheiten für die Internationalisierung einer Messeveranstaltung .....	64
<b>C</b>	<b>Theoretische Betrachtung der Internationalisierung von Messeveranstaltungen .....</b>	<b>66</b>
1	Messeveranstaltungen .....	66
1.1	Transaktionskostenansatz .....	68
1.1.1	Theoretische Grundlage.....	68
1.1.2	Bezugnahme auf Messeveranstaltungen .....	70
1.2	Verfügungsrechteansatz .....	74
1.2.1	Theoretische Grundlage.....	74
1.2.2	Bezugnahme auf Messeveranstaltungen .....	76
1.3	Prinzipal-Agenten-Ansatz.....	77
1.3.1	Theoretische Grundlage.....	77
1.3.2	Bezugnahme auf Auslandsmessen.....	82
1.3.2.1	Messeveranstalter als Prinzipal des Ausstellers.....	83
1.3.2.2	Messeveranstalter als Agent des Ausstellers .....	84
1.3.2.3	Messeveranstalter als Prinzipal des öffentlichen Anteils- eigners .....	85
1.3.2.4	Messeveranstalter als Agent des öffentlichen Anteils- eigners .....	87

1.4 Zusammenfassung der Erkenntnisse aus der Neuen Institutionenökonomik .....	88
2 Internationalisierung .....	89
2.1 Außenhandel.....	90
2.2 Direktinvestitionen.....	92
2.3 Übergreifende Erklärungsansätze.....	94
2.3.1 Ansatz nach JOHANSON/VAHLNE .....	95
2.3.2 Ansatz nach DUNNING.....	96
2.3.3 Ansatz nach PORTER .....	98
2.3.4 Ansatz nach BUCKLEY/CASSON .....	99
2.3.5 Ansatz nach VERNON .....	100
2.4 Zusammenfassung der Erkenntnisse aus den Internationalisierungsansätzen .....	103
2.5 Erklärungsgehalt für die Internationalisierung von Messeveranstaltungen .....	104
2.6 Internationalisierung von Messeveranstaltungen nach VERNON .....	106
3 Auswirkungen der Internationalisierung.....	113
3.1 Gesamtwirtschaftliche Auswirkungen der Internationalisierung .....	113
3.1.1 Länderspezifische Auswirkungen.....	113
3.1.2 Länderübergreifende Auswirkungen .....	115
3.1.2.1 Divergenztendenzen .....	115
3.1.2.2 Konvergenztendenzen .....	117
3.2 Marktintegration als Folge der Internationalisierung .....	119
3.2.1 Makroökonomische Marktintegration .....	119
3.2.2 Mikroökonomische Marktintegration.....	121
3.3 Koordinationsprobleme von Dienstleistern als Folge der Marktintegration .....	122
3.3.1 Internationale Preisunterschiede.....	123
3.3.1.1 Arten von Preisdifferenzen .....	124
3.3.1.2 Ursachen internationaler Preisdifferenzen .....	126
3.3.1.3 Erklärungsgehalt für die länderübergreifende Nachfrage nach Messeveranstaltungen .....	129
3.3.2 Internationale Leistungsunterschiede .....	131

3.3.2.1	Arten von Leistungsvariationen .....	132
3.3.2.2	Ursachen internationaler Leistungsdifferenzierungen ...	133
3.3.2.3	Erklärungsgehalt für die länderübergreifende Nachfrage nach Messeveranstaltungen .....	137
4	Zusammenfassung der theoretischen Betrachtung der Auswirkungen der Internationalisierung von Messeveranstaltungen .....	140
<b>D</b>	<b>Rahmenbedingungen der Internationalisierung von Messeveranstaltungen .....</b>	<b>142</b>
1	Internationalisierung im Zielsystem öffentlicher Messeveranstalter .....	142
1.1	Sekundärziele .....	143
1.1.1	Standortmarketing .....	143
1.1.2	Ausbau der Messeinfrastruktur .....	145
1.1.3	Eigenfinanzierung .....	150
1.2	Primärziele .....	155
1.2.1	Umwegrendite .....	155
1.2.2	Institutionelle Internationalisierung .....	161
1.3	Zusammenfassung der Zielinterdependenzen .....	162
2	Chancen und Risiken der Internationalisierung von Messeveranstaltungen	166
2.1	Wettbewerbsebene .....	168
2.1.1	Reaktives Verhalten .....	168
2.1.2	Proaktives Verhalten .....	169
2.1.3	Kooperatives Verhalten .....	169
2.2	Kundenebene .....	170
2.2.1	Kunden aus dem Heimatmarkt .....	170
2.2.2	Kunden aus dem Auslandsmarkt .....	172
2.3	Unternehmensebene .....	173
2.3.1	Externe Wahrnehmung .....	174
2.3.2	Interne Kennzahlen .....	175
2.3.3	Gesamtheitliches Risiko .....	177
2.4	Veranstaltungsebene .....	180
2.4.1	Komplementarität .....	181
2.4.2	Substitution .....	182
2.5	Zusammenfassung der Chancen und Risiken .....	185

3 Chancen und Risiken der Internationalisierung im Kontext der Primärziele öffentlicher Messeveranstalter.....	186
<b>E Empirische Analyse der Auswirkungen der Internationalisierung von Messeveranstaltungen auf die Inlandsmesse .....</b>	<b>188</b>
1 Zeitreihenanalyse zur Auswirkung der Internationalisierung auf die Besucher- und Ausstellerstruktur von Inlandsmessen (Empirie 1).....	190
1.1 Aufbau und Methodik der Untersuchung.....	191
1.2 Strukturmerkmale der Untersuchung .....	192
1.3 Berechnung der Internationalisierungseffekte .....	196
1.4 Ergebnisse .....	201
1.4.1 Stärkere Entwicklung nach der Internationalisierung .....	203
1.4.2 Schwächere Entwicklung nach der Internationalisierung .....	206
1.5 Interpretation der Ergebnisse .....	209
1.6 Grenzen der Untersuchung.....	211
1.7 Zusammenfassung der Erkenntnisse.....	216
2 Fallstudien zur Auswirkung der Internationalisierung auf die länder- übergreifende Nachfrage innerhalb globaler Messefamilien (Empirie 2) .....	218
2.1 Aufbau und Methodik der Untersuchung.....	218
2.2 Berechnung der Internationalisierungseffekte .....	220
2.3 Fallstudie Messefamilie <i>Alpha</i> .....	225
2.3.1 Strukturmerkmale der Untersuchung .....	225
2.3.2 Ergebnisse .....	227
2.4 Fallstudie Messefamilie <i>Beta</i> .....	231
2.4.1 Strukturmerkmale der Untersuchung .....	231
2.4.2 Ergebnisse .....	233
2.5 Fallstudie Messefamilie <i>Gamma</i> .....	239
2.5.1 Strukturmerkmale der Untersuchung .....	239
2.5.2 Ergebnisse .....	241
2.6 Interpretation der Ergebnisse .....	246
2.7 Grenzen der Untersuchung.....	249
2.8 Zusammenfassung der Erkenntnisse.....	252
3 Experteninterviews zu den Ursachen positiver und negativer Auswirkungen der Internationalisierung auf die Inlandsmesse (Empirie 3).....	252

---

3.1	Aufbau, Methodik und Strukturmerkmale der Untersuchung.....	252
3.2	Qualitative Ergebnisse der Expertengespräche .....	254
3.2.1	Aktuelle Marktsituation und künftige Entwicklung des Messewesens .....	254
3.2.2	Auswirkungen der Auslandsmesse .....	257
3.3	Quantitative Ergebnisse der Expertengespräche .....	261
3.4	Zusammenfassung und Interpretation der Ergebnisse .....	266
3.5	Grenzen der Untersuchung.....	270
3.6	Zusammenfassung der Erkenntnisse.....	272
<b>F</b>	<b>Fazit und Ausblick .....</b>	<b>273</b>
1	Zusammenfassung und Würdigung der zentralen Ergebnisse .....	273
2	Implikationen für die Praxis .....	278
3	Ansatzpunkte für die weiterführende Forschung .....	280
	<b>Anhang .....</b>	<b>283</b>
	<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>307</b>

Internationalisierung des Messewesens

Auswirkungen auf öffentliche

Veranstaltungsgesellschaften

von Grega, F.

2013, XX, 333 S. 34 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-01812-2