
Vorwort zur zweiten Auflage

Nach vierzehn Jahren möchten wir Ihnen das Handbuch Messemanagement in der zweiten, vollständig überarbeiteten Auflage präsentieren. Es hat uns sehr gefreut, dass sich die erste Auflage sowohl in der Praxis des Messemanagements wie auch in der Wissenschaft als Standardwerk etabliert hat. Mit einer englischsprachigen und chinesischen Ausgabe hat es eine grenzüberschreitende Resonanz ausgelöst.

In der vorliegenden zweiten Auflage haben wir bewährte Beiträge in aktualisierter Form übernommen und gleichzeitig weitere Experten aus Praxis und Wissenschaft gebeten, sich mit neuen Beiträgen den Zukunftsherausforderungen des Messemanagements anzunehmen. Im letzten Jahrzehnt ist die Globalisierung vorangeschritten, die Digitalisierung verändert in fundamentaler Weise Märkte, Unternehmen und Branchen. Die Charakterisierung von Messen als „Markt der Märkte“ lässt erahnen, dass die branchenübergreifenden Herausforderungen der Globalisierung und Digitalisierung das Messemanagement in besonderer Weise beschäftigen. Die Digitalisierung gilt als Treiber einer neuen industriellen Revolution. Messeveranstalter müssen die damit einhergehende Veränderungsdynamik der Branchen abbilden. Gleichzeitig stehen Messen als persönliche Begegnungsplattformen und spezifische Form der Live Communication selbst auf dem „digitalen Prüfstand“. Es steht außer Frage, dass vor, während und nach einer Messeveranstaltung digitale Services und Technologien zunehmend einen integralen Bestandteil der Live Communication bilden werden. Aber wird es so weit kommen, dass Messen als Begegnungsplattformen selbst in den digitalen Raum abwandern? Werden Messeveranstalter in der Zukunft noch eine physische Infrastruktur benötigen? Oder werden sich Besucher und Aussteller im „Virtual Space“ begegnen und Produkte als Hologramm von außen und innen betrachten können? Die Herausgeber teilen mit vielen Experten in dieser neuen Auflage des Handbuchs Messemanagement die Auffassung, dass persönliche Begegnungen auf Messen auch im kommenden Jahrzehnt ihre Berechtigung erfahren werden. Die multisensuale Kraft von Messen als Instrument der Live Communication wird trotz oder gerade wegen des Voranschreitens der Digitalisierung eine komplementäre Aufwertung erfahren. Allerdings wird dies mit einem erheblichen Weiterentwicklungsbedarf der klassischen Messekonzepte einhergehen.

Vor dem Hintergrund dieser tief greifenden Veränderungsdynamik freuen wir uns, Ihnen die zweite Auflage des Handbuchs Messemanagement vorstellen zu können.

Dabei haben wir die bewährte entscheidungs- bzw. managementorientierte Grundstruktur zur Einordnung der Beiträge beibehalten. Das Handbuch liefert dem Leser sowohl einen Überblick wie auch vertiefende Einsichten und Handlungsempfehlungen zu allen wichtigen Entscheidungsstufen des Messemanagements. In der Einleitung wird der Aufbau des Handbuchs noch einmal ausführlich dargestellt. Als Herausgeber repräsentieren wir die Sicht aus Wissenschaft, Praxis und Beratung und spiegelbildlich haben wir zu diesen Erkenntnisperspektiven 85 Autoren mit 78 Beiträgen in dieser neuen Auflage einbeziehen können. Aufgrund der ersten Auflage des Handbuchs Messemanagement konnten wir für den Redaktionsprozess auf ein umfassendes Erfahrungswissen zurückgreifen.

Ohne die Mitwirkung und Geduld der Autorinnen und Autoren wäre das Zustandekommen dieser neuen Auflage nicht möglich gewesen. Sie haben ihre Erfahrungen und ihr Know-how im Messemanagement in das Handbuch eingebracht, sodass wir dem Leser eine perspektivenreiche Kombination von Beiträgen präsentieren können. Deshalb möchten wir allen Autorinnen und Autoren unseren ganz besonderen Dank aussprechen. Unser besonderer Dank gilt *Herrn Ulrich Grillo* und *Herrn Lopez Valderrama*, die mit ihren Geleitworten den Stellenwert der Institution Messe im nationalen wie auch globalen Kontext in motivierender Weise unterstrichen haben.

Weiterhin möchten wir uns bei unserem Team bedanken, das uns bei dem Publikationsprojekt hilfreich zur Seite gestanden hat. Die Unterstützung reichte von der Autorenbetreuung und Redigierung von Manuskripten bis hin zu vielfältigen Lektoratsarbeiten und Verlagskontakten. Während des Redaktionsprozesses konnten wir auf die hilfreiche Unterstützung von *Frau Nadine Horbas*, *Frau Katja Rudolph*, *Frau Dr. Beatrice Ermer* und *Frau Dr. Evelyn Kästner* zurückgreifen. Dass sie sich neben ihren Alltagsaufgaben für das Publikationsprojekt engagiert haben, verlangt unsere besondere Anerkennung. Die Durchführung der vielfältigen Layout- und Korrekturarbeiten lag in den Händen von *Herrn Björn Friedrich*. Ihm danken wir für seine Ausdauer und die angenehme Form der Zusammenarbeit. Trotz der hohen Zusatzbelastung hat uns *Frau Anja Jagmann* im Sekretariat des SVI-Stiftungslehrstuhls für Marketing bei der Koordination und Abwicklung des Gesamtprojekts in vielfältiger Weise unterstützt. Ihr gilt ebenfalls unser Dank. Schließlich danken wir *Frau Barbara Roscher* und *Frau Birgit Borstelmann*, die uns jederzeit als Ansprechpartnerinnen auf Seiten des Springer-Verlags mit Rat und Tat zur Verfügung standen.

Wir hoffen, dass Sie als Leser beim Umgang mit diesem Handbuch interessante Anregungen und Handlungsempfehlungen für die praktische oder wissenschaftliche Auseinandersetzung mit dem Messemanagement erhalten. Wenn Sie mit uns in Kontakt treten möchten, bieten wir allen unter der Internetadresse www.handbuch-messemanagement.de eine Dialogmöglichkeit an.

Leipzig, Düsseldorf, München
im Frühjahr 2017

Manfred Kirchgeorg
Werner M. Dornscheidt
Norbert Stoeck

Handbuch Messemanagement

Planung, Durchführung und Kontrolle von Messen,
Kongressen und Events

Kirchgeorg, M.; Dornscheidt, W.M.; Stoeck, N. (Hrsg.)

2017, XXV, 1159 S. 240 Abb., Hardcover

ISBN: 978-3-8349-3368-3