

Messe-Wirtschaft: Welche Auswirkungen hat die Internationalisierung öffentlicher Messeveranstalter?

Messe-Wirtschaft: Welche Auswirkungen hat die Internationalisierung öffentlicher Messeveranstalter?

Der deutsche Messemarkt ist seit einer Dekade überwiegend von Stagnation geprägt. Positiv wirkt sich in diesem Zusammenhang die Expansion in ausländische Märkte aus. Sie trägt überproportional zum Wachstum deutscher Messegesellschaften bei. In der hiesigen öffentlich-rechtlich dominierten Messebranche existierte jedoch bisher kein fundierter Ansatz, um die Auswirkungen der Internationalisierung von Messegesellschaften zu analysieren. Felix von Grega hat innerhalb seiner Dissertation am Lehrstuhl für Marketingmanagement (Prof. Dr. Manfred Kirchgeorg) an der HHL Leipzig Graduate School of Management die Auswirkungen der Internationalisierung von Messeveranstaltungen für den Heimatstandort der Messegesellschaft theoretisch und empirisch untersucht. Neben der Quantifizierung der Internationalisierungseffekte liegt ein wesentlicher Mehrwert der Dissertation in der Versachlichung der Argumente, die die Internationalisierung von öffentlichen Messeveranstaltern betreffen. Hierbei steht der Interessenkonflikt zwischen Messemanagern und den öffentlichen Eigentümern im Fokus der Betrachtung.

Der Autor analysiert in seiner Arbeit die Effekte auf die Umwegrendite am Heimatstandort, d.h. die durch Messen in einer Stadt und deren Umkreis mittelbar entstehende allgemeine Rendite, die sich in Arbeitsplätzen, Umsätzen und letztlich auch Steuern widerspiegelt. Weiterhin hat Felix von Grega in seiner Dissertation die Zielerreichung der regionalökonomisch motivierten Anteilseigner untersucht. Der Autor vergleicht verschiedene Erfolgscluster von Messeveranstaltungen miteinander, um die Ursachen für unterschiedliche Entwicklungen identifizieren zu können. Hierauf aufbauend werden Empfehlungen und Erfolgsfaktoren für die Internationalisierung von Messen abgeleitet.

Der Autor resümiert: "Die Ergebnisse zeigen, dass positive Auswirkungen der Internationalisierung von Messegesellschaften in keinem Fall selbstverständlich sind. Vielfach kann sogar davon ausgegangen werden, dass die vermeintlich positive Entwicklung der Inlandsmesse nach der Internationalisierung überschätzt wird. So wächst die Inlandsmesse zwar, aber die Entwicklung im Vergleich zur Kontrollgruppe ist tatsächlich schwächer. Möglicherweise hätte sich die Inlandsmesse ohne Auslandsmesse noch stärker entwickelt und die aktuelle Marktentwicklung überdeckt einen internen Substitutionseffekt innerhalb der Messefamilie zu Lasten der Inlandsmesse. Messemanager müssen sich dieses Risiko bei Internationalisierungsentscheidung in ihr Bewusstsein rufen."

Felix von Grega (31) ist Leiter des strategischen Marketings (Nord) bei der Hilti Deutschland AG. Von 2007 bis 2013 war er bei Roland Berger Strategy Consultants im Competence Center Marketing & Sales als Senior Consultant tätig. In dieser Zeit hat er ausschließlich für internationale Marketing- und Vertriebsprojekte, deren inhaltlicher Schwerpunkt auf den Bereichen CRM, Marketingeffizienz und Absatzsteigerung lag, gearbeitet. Zuvor hat er sowohl den Abschluss als Diplom Kaufmann mit den Schwerpunkten Finanzen und Marketing an der HHL Leipzig Graduate School of Management als auch den Abschluss als Diplom Betriebswirt (BA) der Dualen Hochschule Baden-Württemberg erworben. Er ist verheiratet und hat drei Kinder.

Die Dissertation von Felix von Grega ist im April 2013 innerhalb der Schriftenreihe der HHL Leipzig Graduate School of Management bei Springer Gabler erschienen.

Von Grega, Felix
Internationalisierung des Messewesens.
Auswirkungen auf öffentliche Veranstaltungsgesellschaften.
Verlag: SpringerGabler / Schriftenreihe der HHL Leipzig Graduate School of Management
2013, XX, 333 S. 34 Abb.
ISBN: 978-3-658-01812-2 (Print) 978-3-658-01813-9 (Online)
Als Softcover oder E-Book erhältlich.

Der Lehrstuhl Marketingmanagement an der HHL Leipzig Graduate School of Management

Das Team um Prof. Dr. Manfred Kirchgeorg am Lehrstuhl für Marketingmanagement der HHL Leipzig Graduate School of Management hat seine Forschung auf drei Kompetenzfelder ausgerichtet: Sustainability Marketing, Holistic Branding und Live & Virtual Communication. Die Forschungsphilosophie des Lehrstuhls ist durch die wechselseitige Verknüpfung dieser Kompetenzfelder gekennzeichnet, woraus einzigartige und in hohem Maße für die Unternehmenspraxis relevante Forschungsprojekte resultieren. <http://www.hhl.de/marketingmanagement>

Das Doktorandenprogramm an der HHL Leipzig Graduate School of Management

Mit aktuell 102 Teilnehmern und bisher 106 Absolventen wächst das Doktorandenprogramm an der HHL seit seinem Start im Jahr 1996 stetig. Das strukturierte Programm, das Wochenendseminare, Kolloquien und internationale Sommerkurse umfasst, erlaubt den Teilnehmern ein berufsbegleitendes Studium. Die meisten Doktoranden der HHL sind berufstätig, jeder Dritte arbeitet als wissenschaftlicher Mitarbeiter an der HHL. Weitere Informationen: <http://www.hhl.de/de/promotion>

Die HHL Leipzig Graduate School of Management

Die HHL ist eine universitäre Einrichtung und zählt zu den führenden internationalen Business Schools. Ziel der ältesten betriebswirtschaftlichen Hochschule im deutschsprachigen Raum ist die Ausbildung leistungsfähiger, verantwortungsbewusster und unternehmerisch denkender Führungspersönlichkeiten. Die HHL zeichnet sich aus durch exzellente Lehre, klare Forschungsorientierung und praxisnahen Transfer sowie hervorragenden Service für ihre Studierenden. Das Studienangebot umfasst Voll- und Teilzeit-Master in Management- sowie MBA-Programme, ein Promotionsstudium sowie Executive Education. Im Masters in Management-Ranking 2012 der Financial Times steht das Vollzeit-M.Sc.-Programm der HHL deutschlandweit auf Platz 1 und weltweit auf Platz 11. In diesem renommierten Ranking belegt die HHL zudem weltweit Platz 1 hinsichtlich der inhaltlichen Fokussierung auf "Entrepreneurship" und weltweit Platz 2 bezüglich des Gehalts ihrer Absolventen sowie innerhalb ihrer Spezialisierung "Corporate Strategy". Die HHL ist akkreditiert durch AACSB International. <http://www.hhl.de>

Pressekontakt

HHL gGmbH

Herr Volker Stößel

Jahnallee 59
04109 Leipzig

hhl.de
volker.stoessel@hhl.de

Firmenkontakt

HHL gGmbH

Herr Volker Stößel
Jahnallee 59
04109 Leipzig

hhl.de
volker.stoessel@hhl.de

HHL Leipzig Graduate School of Management

Die HHL ist eine universitäre Einrichtung und zählt zu den führenden internationalen Business Schools. Ziel der ältesten betriebswirtschaftlichen Hochschule im deutschsprachigen Raum ist die Ausbildung leistungsfähiger, verantwortungsbewusster und unternehmerisch denkender Führungspersönlichkeiten. Neben der internationalen Ausrichtung spielt die Verknüpfung von Theorie und Praxis eine herausragende Rolle. Die HHL zeichnet sich aus durch exzellente Lehre, klare Forschungsorientierung und praxisnahen Transfer sowie hervorragenden Service für ihre Studierenden.
www.hhl.de

Anlage: Bild

