

Hermann Kresse

Arend Oetker

Martin Klein

Hagen Backhaus

Helmut Sihler

Thomas Topfstedt

Cornelia Wohlfarth

Märkte im Dialog
Die Messen der dritten Generation

Inhaltsverzeichnis

008		Geleit
012	Kajo Schommer	Der Weg in die dritte Messegeneration
018	Tyll Necker	Globale Herausforderung, Dienstleistungs- und Informationszeitalter
032	Heribert Meffert	Neuere Entwicklungen in Kommunikation und Vertrieb
056	Peter Körfer - Schön	Dienstleistungsorientierung: Schlüsselkompetenz im Messewesen
064	Lothar Späth	Deutschlands Messen – der Region entfremdet, der Globalität verpflichtet?
070	Klaus H. Richter	Kommunikationsinstrument Messe – Bestandteil des integrierten Marketings
082	Peter Hazelzet	Die Messe als Scout
092	Werner Marzin	Der »Export« von Messekonzepten – Bestandserhaltungsstrategie und Dienstleistung
102	Hermann Kresse	Zukunft aus Herkunft – die Wettbewerbsvorteile des Messewesens in Deutschland
106	Arend Oetker	Kulturraum Messe
122	Martin Klein	Erlebnisraum Messe – Herausforderungen als Messekern
134	Hagen Backhaus/Christoph Zydorek	Von der Mustermesse zur ubiquitären Messe
158	Helmut Sihler	Die Kraft der alten Marke – die Revitalisierung des MM
168	Thomas Topfstedt	Raum für den merkantilen Geist
176	Cornelia Wohlfarth	Leipziger Messe – MM – Messe und Mehr
186		Die Autoren
188		Quellenverzeichnis
190		Index