

■ Fünf Fragen an Michael Koch vom Institut für Ökonomische Bildung

Der erste Teil der Unterrichtsreihe „Praxiskontakt Messen“ für den Wirtschaftsunterricht der Oberstufen an allgemeinbildenden Schulen wurde vom Institut für Ökonomische Bildung (IÖB) der Carl von Ossietzky Universität Oldenburg in Zusammenarbeit mit dem AUMA erstellt. Die Praxiskontakte „Messen“ dienen als „Vehikel“ für die Vermittlung zentraler Problemstellungen, die im Wirtschaftsunterricht zu behandeln sind, so Michael Koch, Bereichsleiter Qualifizierung des IÖB. **Seite 2**

■ AUMA und EVVC beraten mit Professoren über eine engere Zusammenarbeit

Am 19. Juni 2012 diskutierten rund 15 Hochschullehrer, die die Themen Messe, Kongress und Event in Forschung und Lehre vertreten, auf Einladung von AUMA und EVVC über die künftig noch engere Verzahnung von Theorie und Praxis. **Seite 3**



■ AUMA-Experten-Forum zur Zukunft der Ausbildung von Veranstaltungskaufleuten

Im Rahmen der MEXCON (Meeting Experts Conference) in Berlin veranstaltete der AUMA gemeinsam mit dem EVVC am 19. Juni 2012 ein Experten-Forum mit dem Titel „Quo Vadis Veranstaltungskaufmann – Bestandsaufnahme und Zukunft des beruflichen Nachwuchses in der Veranstaltungsbranche“. **Seite 6**

► 6. Juli 2012

Inhalt	
Report	2
Nachrichten	5
Vorschau	8
Buchtipps	9

Ausbildung

Institut

■ Report

Fünf Fragen an Michael Koch, Institut für Ökonomische Bildung in Oldenburg

Mit der Publikation „Unternehmerischer Marketing-Mix“ liegt seit März 2012 der erste Teil der Unterrichtsreihe „Praxiskontakt Messen“ für den Wirtschaftsunterricht der Oberstufen an allgemeinbildenden Schulen vor. Ausgearbeitet wurde sie federführend von Michael Koch, Bereichsleiter Qualifizierung am Institut für Ökonomische Bildung (IÖB) der Carl von Ossietzky Universität Oldenburg in Zusammenarbeit mit dem AUMA.

AUMA: Sehr geehrter Herr Koch, das Institut für Ökonomische Bildung hat zusammen mit dem AUMA Teil 1 des Unterrichtsmaterials „Praxiskontakt Messen“ erstellt. Welche Tätigkeitsschwerpunkte hat das IÖB?

Michael Koch: Ökonomische Bildung ist Teil der Allgemeinbildung und gehört zum unverzichtbaren Bestandteil eines modernen Inhaltsprofils an allgemein bildenden Schulen, für Schülerinnen und Schüler jeder Schulform und Schulart. Als An-Institut der Carl von Ossietzky Universität Oldenburg beschäftigt sich das Institut für Ökonomische Bildung (IÖB) auf nationaler und internationaler Ebene mit allen wichtigen Fragen der Implementation ökonomischer Grundbildung. In diesem Zusammenhang betreibt es Grundlagenforschung, entwickelt u. a. Konzepte zur Qualifizierung von Lehrkräften und stellt umfangreiche Materialangebote zur Verfügung, die Ökonomie-Lehrkräfte bei ihrer Aufgabe unterstützen. Die internationalen Aktivitäten des IÖB sind bereits seit 1991 auf Mittel- und Osteuropa ausgerichtet. Alle wichtigen Informationen findet man unter www.ioeb.de.

AUMA: Für welche Zielgruppen ist das Unterrichtsmaterial konzipiert?

Michael Koch: Das Materialpaket ist für den Wirtschaftsunterricht ab Jahrgangsstufe 10 konzipiert. Die vorliegende sowie die noch geplanten Handreichungen sind dabei als Ergänzung zu grundlegenden Unterrichtsmaterialien wie Schulbüchern zu verstehen, die die systematische Einbettung von Praxiskontakten an Messestandorten zur Erarbeitung grundlegender wirtschaftlicher Inhaltsaspekte im Unterricht unterstützen bzw. ermöglichen.

AUMA: Welche Kompetenzen sollen durch das Material besonders gefördert werden?

Michael Koch: Es gilt, wesentliche Kompetenzen in den Bereichen Fachwissen, Erkenntnisgewinnung und Beurteilung zu vermitteln. Diese werden in den jeweiligen Lehrerhandreichungen dezidiert aufgeschlüsselt. Darüber hinaus eröffnet die im Projekt propagierte „Öffnung von Schule“ Möglichkeiten des selbstständigen, eigenaktiven und kooperativen Lernens. Durch die systematischen Bezüge zwischen theoretischem Lernen und lebenspraktischen Erfahrungen erlangen die Jugendlichen gleichermaßen anwendungsbezogene wie transferfähige Kompetenzen.



IÖB Institut für Ökonomische Bildung

Das IÖB forscht entwickelt, qualifiziert, produziert und berät rund um die ökonomische Bildung.

Als An-Institut der Carl von Ossietzky Universität Oldenburg basiert seine Arbeit auf Grundlagenforschung, die in Projekten und Konzepten im In- und Ausland geleistet wurde und ihre praktische Anwendung in Schule, Aus- und Weiterbildung erfährt.

► IÖB

So beschränken sich die Praxiskontakte „Messen“ nicht auf die Besichtigung von Messeorten, sondern dienen als „Vehikel“ für die Vermittlung zentraler Problemstellungen, die im Wirtschaftsunterricht zu behandeln sind. Weiterhin bietet sich den Schülerinnen und Schülern die Möglichkeit, über die Praxiserfahrung Grundlegendes, Typisches und Strukturelles über die Wirtschaft zu erfahren, Stichwort Exemplarität.

AUMA: Haben Sie bereits Rückmeldungen über Erfahrungen beim Einsatz des Unterrichtsmaterials erhalten?

Michael Koch: Die Reaktion der Lehrkräfte, denen die vorliegende Handreichung zum Thema „Marketing-Mix“ vorgestellt wurde, fiel durchweg positiv aus. Konkrete Unterrichtserfahrungen wurden bislang jedoch nicht evaluiert.

AUMA: Welche weiteren Einheiten zum Themenkreis Messe sind noch geplant?

Michael Koch: Es sind derzeit drei weitere Handreichungen zu Praxiskontakten mit Messen geplant, die bis Ende des Jahres 2012 vorliegen werden: Sie werden die Themen Globalisierung, Strukturwandel sowie Märkte und Wettbewerb behandeln.

AUMA und EVVC beraten mit Professoren über eine engere Zusammenarbeit

Am 19. Juni 2012 diskutierten in Berlin rund 15 Hochschullehrer, die die Themen Messe-, Kongress- und Eventmanagement in Forschung und Lehre vertreten, auf Einladung von AUMA und EVVC, dem Europäischen Verband der Veranstaltungs-Centren, über die künftig noch engere Verzahnung von Theorie und Praxis. Die Professorinnen und Professoren kamen von Fachhochschulen und Universitäten aus ganz Deutschland.

Unter der Moderation von Frau Dr. Ursula Paschke, EVVC, und Hendrik Hochheim, AUMA, wurde auf dem Expertentreffen ausgelotet, welche Unterstützung sich die Hochschulen von der Praxis und hier speziell von den Verbänden wünschen. Zentrales Thema war die Frage, wie wissenschaftliche Arbeiten unterstützt werden können, so dass sowohl für die Praxis verwertbare wissenschaftliche Erkenntnisse bereitgestellt werden können und gleichzeitig die Studierenden interessante Themen bearbeiten können.

Die beiden Spitzenverbände AUMA und EVVC wollen Studierende, die wissenschaftliche Arbeiten schreiben, während der Erstellung der Arbeit unterstützen. Konkret sollen Schwerpunktthemen, die die Branche interessieren und zu denen vertiefte wissenschaftliche Erkenntnisse gesucht werden, über die Lehrkräfte an die Studierenden gegeben werden. Diese wiederum erhalten über die beiden Verbände ein ganzes Bündel an Unterstützung.

AUMA_Institut Impressum

Forschung & Bildung
für die Messewirtschaft
Nr. 2 · 6. Juli 2012

Herausgeber
AUMA_Ausstellungs-
und Messe-Ausschuss
der Deutschen Wirtschaft e. V.
Geschäftsbereich Institut
der Deutschen Messewirtschaft
Littenstraße 9, 10179 Berlin
Telefon: (030) 24 000 - 0
Telefax: (030) 24 000 - 341
info@auma.de

Redaktion
Dipl.-Volkswirt Harald Kötter
Dipl.-Politologin Julia Tornier

Bestellen/Abbestellen
newsletter@auma.de

Fotonachweis
S 1: Mexcon/GCB
S 4: Koelnmesse
S 7: Screenshot UFI Education Centre
S 6: Mexcon/GCB

► www.auma.de

So werden z.B. Ansprechpartner aus dem AUMA- und EVVC-Mitgliederkreis vermittelt, die Beratung durch Fachleute von AUMA und EVVC angeboten und eine Betreuung der Arbeit ermöglicht. Außerdem steht den Studierenden für eine fundierte Recherche die Deutsche Messebibliothek in Berlin kostenfrei zur Verfügung. Bei interessanten wissenschaftlichen Erkenntnissen sollen die Arbeiten in den Branchennewslettern rezensiert und die Ergebnisse in Arbeitskreisen vorgestellt und diskutiert werden. Dadurch soll ein enger Austausch zwischen Theorie und Praxis erfolgen.

Die anwesenden Professoren zeigten sich interessiert und offen, so dass ein kontinuierlicher Austausch vereinbart wurde. Das Treffen zeigte auch, dass die Angebote der Verbände an den Hochschulen sehr geschätzt werden, aber nicht in jedem Fall bekannt sind. Deshalb versucht das Institut der Deutschen Messewirtschaft im AUMA, das Thema Messe in Lehre und Forschung an den Hochschulen noch stärker zu verankern, so dass für die Branche auch künftig gut ausgebildete Fachkräfte zur Verfügung stehen. Seit einem Jahr besteht eine Kooperation des AUMA mit der BundesDekaneKonferenz Wirtschaftswissenschaften mit einer ähnlichen Zielsetzung.

Vor allem die Angebote des AUMA für Studierende, Doktoranden und Professoren sollen bekannter werden, darunter die kostenfreie Nutzung der Deutschen Messebibliothek, die Betreuung wissenschaftlicher Arbeiten, Forschungsergebnisse zum Thema Messewirtschaft und Seminare zu Messethemen an den Hochschulen oder in Berlin beim AUMA.

► Hendrik Hochheim: h.hochheim@auma.de, 030/24 000 114



■ Nachrichten

International Summer University zum Thema „Excellence in Sales – Selling Excellence“

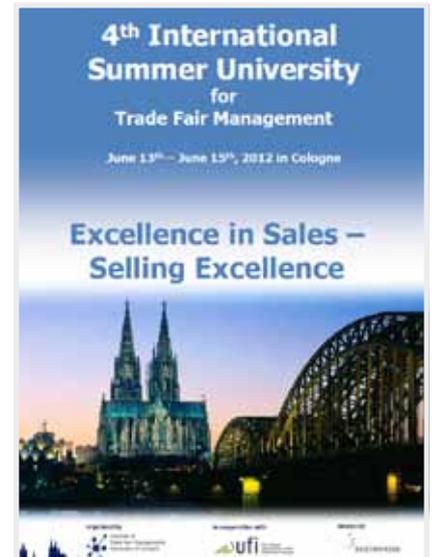
Vom 13. bis zum 15. Juni 2012 fand in Köln die vierte International Summer University (ISU) for Trade Fair Management statt. Organisiert wird die ISU vom Institut für Messewirtschaft der Universität zu Köln in Kooperation mit dem Weltmesseverband UFI (The Global Association of the Exhibition Industry). Gastgeber war die Koelnmesse.

Die Veranstaltung will eine interaktive Weiterbildungsplattform für den theoretischen und praktischen Wissensaustausch in der Messewirtschaft anbieten. Internationale Trends und Entwicklungen sowie praktische Erfahrungen der Teilnehmer werden ausgetauscht und diskutiert. An der diesjährigen Summer University nahmen nach dreijähriger Pause 25 Personen aus 16 Ländern (u. a. Finnland, Indien, Japan, Sierra Leone, Thailand) teil.

Das Konzept für die 4. ISU wurde überarbeitet und bot an drei Tagen Vorträge, Workshops und Networking. Inhaltlich lag der Schwerpunkt in diesem Jahr auf Verkauf und Vertrieb von Messedienstleistungen.

Das Programm umfasste u. a. die Themen Customer Relation Management für die digitale Messewelt, Einsatz von Social Media und Verkaufspsychologie in Zeiten der Rezession. Bettina Rosenbach, Referentin für Aus- und Weiterbildung im Institut der Deutschen Messewirtschaft des AUMA, stellte den MesseNutzenCheck als Instrument zur Effizienzmessung von Messebeteiligungen vor. Weitere Referenten waren u. a.: Gerald Böse, Vorsitzender der Geschäftsführung der Koelnmesse, der über praktische Erfahrungen beim Einsatz von Social Media z. B. bei der dmexco, Digital Marketing Exposition & Conference oder der gamescom sprach, sowie David Korte, Supervisor Strategy & Concept bei VOK DAMS. Er hielt einen Vortrag über „Hybrid Events“. Im darauf folgenden Workshop entwickelten die Teilnehmer in Arbeitsgruppen eine Messebeteiligung als „Hybrid Event“ unter Einbeziehung von Social Media. Professor Dr. Thorsten Hennig-Thurau von der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Westfälischen Wilhelms-Universität erklärte den Teilnehmern, warum Marketing in Zeiten von Social Media eher ein Flipperpiel als Bowling ist, also auch über Bande gespielt werden, d.h. Umwege nehmen muss.

Eine Podiumsdiskussion zum Motto der Veranstaltung „Excellence in Sales – Selling Excellence“ bildete den thematischen Schlusspunkt der Veranstaltung. Die Moderation übernahm Professor Werner Delfmann, Direktor des Instituts für Messewirtschaft und Distributionsforschung der Universität zu Köln, Diskutanten waren Dr. Christian Glasmacher, Geschäftsbereichsleiter Unternehmensentwicklung der Koelnmesse, Dr. Rowena Arzt, Director Business Development, UFI, Simon Naudi, ANSWERS TRAINING, UK, und



Wolfgang Mainz, Vorstandsmitglied der Kronenbrot KG. In der Diskussion wurde deutlich, dass erfolgreiche Messeveranstalter nicht nur Quadratmeter vermieten. Sie müssen kreativ sein, im ständigen Dialog mit ihren Kunden stehen, und sie müssen es verstehen, einzigartige Messeerlebnisse zu inszenieren und Aussteller und Besucher in geschäftlichen Kontakt zu bringen.

AUMA Experten-Forum zur Zukunft der Ausbildung von Veranstaltungskaufleuten

Im Rahmen der MEXCON (Meeting Experts Conference) in Berlin veranstaltete der AUMA gemeinsam mit dem EVVC, dem Europäischen Verband der Veranstaltungs-Centren, am 19. Juni 2012 ein Experten-Forum mit dem Titel „Quo Vadis Veranstaltungskaufmann – Bestandsaufnahme und Zukunft des beruflichen Nachwuchses in der Veranstaltungsbranche“. Teilnehmer waren Dr. Christin Brings, (Bundesinstitut für Berufsbildung, Bonn), Michael Hosang (Studieninstitut für Kommunikation, Düsseldorf), Susanne Koch (Auszubildende, Bundesinstitut für Berufsbildung, Bonn), Joachim Lapp (Kuratorium der Dt. Wirtschaft für Berufsbildung, Bonn), Petra Leipold (Leiterin Ausbildung und Personalentwicklung, Messe Berlin), RA Jens Michow (Präsident Bundesverband der Veranstaltungswirtschaft e.V und Ausbilder mit eigener Agentur, Hamburg), Mareke Müller (Berufsschullehrerin am Oberstufenzentrum Handel 1, Berlin und im IHK-Prüfungsausschuss), Dr. Peter Neven (Geschäftsführer des AUMA, Berlin), Ramona Neuse (Veranstaltungskauffrau, Fachkraft für Veranstaltungstechnik, IHK Berlin), Dr. Ursula Paschke (Vorstand EVVC, Geschäftsführung Halle Münsterland, Münster), Silke Schulte (FAMAB, Rheda-Wiedenbrück), Jörg Voigtländer (Live Legend Entertainment GmbH, Berlin und einer der ersten Absolventen der dualen Ausbildung zum Veranstaltungskaufmann), Lothar Zindel (ver.di, Berlin) und Bettina Rosenbach (Referentin Aus- und Weiterbildung beim AUMA, Berlin).



Auf Einladung des EVVC und des AUMA diskutierten Experten über die Ausbildung von Veranstaltungskaufleuten

Moderiert von Gabriela Dannenberg (Managing the Chaos, Berlin) und unterstützt von zahlreichen Wortbeiträgen aus dem Publikum trugen die Podiumsteilnehmer Erfahrungen aus über zehn Jahren Ausbildung zum Veranstaltungskaufmann/zur Veranstaltungskauffrau zusammen. Dabei stellte sich heraus, dass viele Teilnehmer eine umfangreiche Evaluation des Ausbildungsgang wünschen. In Wortmeldungen von ehemaligen und gegenwärtigen Auszubildenden, aber auch von Ausbildern in Betrieben, Berufsschulen und weiteren Akteuren z.B. in den IHKs wurde deutlich, dass die Verantwortung für das Gelingen der Ausbildung bei allen Beteiligten liegt und von ihnen eine hohe Bereitschaft zur kritischen Auseinandersetzung mit Missständen verlangt wird. Wichtig sei vor allem, dass Auszubildenden im Vorfeld klar sei, was sie in der Ausbildung und auch im Beruf zu erwarten haben. Der Austausch über Formen der Kooperation von Ausbildungsbetrieben und besonders der kaufmännische Schwerpunkt der Ausbildung waren weitere Themen. Über Möglichkeiten einer Evaluation der Berufsausbildung zum Veranstaltungskaufmann wollen sich die Teilnehmer in Kürze verständigen.

► Bettina Rosenbach: b.rosenbach@auma.de, 030/24 000 171

UFI eröffnet neues Online-Portal zur Aus- und Weiterbildung

Der Weltmesseverband UFI hat am 21. Juni 2012 ein öffentliches Online-Portal zur Aus- und Weiterbildung präsentiert. Dieses Education Centre soll Interessierten weltweit Bildung zu Themen der Messewirtschaft frei zugänglich machen. Dazu hat die UFI bereits verfügbare Inhalte zusammengetragen und der Öffentlichkeit nun zur Verfügung gestellt.



Das neue Online-Portal
UFI Education Centre
► www.ufi.org/edcentre

Die Plattform, die nach einer Registrierung auf www.ufi.org/edcentre zu erreichen ist, besteht aus verschiedenen Bereichen, auf denen Online-Kurse, Präsentationen zu Messethemen und auch Kontaktmöglichkeiten zu anderen Nutzern angeboten werden. Weitere Inhalte sind derzeit Videos von Veranstaltungen der UFI und der Online-Kurs „The Role of the Exhibition Industry in the Marketing Mix“ in mehreren Sprachen. Geplant ist eine Erweiterung um den neuen UFI-Kurs „8 Steps to Sustainability“. Weiteres Material wird in der „Library“ angeboten, darunter Studien, Umfragen und Links. In der „Lounge“ gibt es Möglichkeiten zum Chat und anderem elektronischen Austausch mit weiteren Nutzern. Der Zugang zum Education Centre ist zunächst kostenfrei, für die Zukunft ist auch die Bereitstellung von kostenpflichtigen Inhalten geplant. Zielgruppe dieses Angebots sind erfahrene und angehende Messeexperten, Interessierte aus der Praxis und Lehrende.

CEFA-Young Professionals-Seminar in Ljubljana

Die Entwicklung von Publikumsmessen war zentrales Thema des Young Professionals-Seminar, das die CEFA Central European Fair Alliance Mitte April 2012 in Ljubljana veranstaltete. 26 Mitarbeiter von Messegesellschaften zwischen Bozen und Bukarest, überwiegend mit Projektverantwortung, nahmen unter Moderation des CEFA-Generalsekretärs Franz Reisbeck daran teil. Harald Kötter, Geschäftsbereichsleiter Öffentlichkeitsarbeit/Markttransparenz im AUMA, stellte die Entwicklung des Sektors Publikumsmessen in Deutsch-

land vor und erläuterte, welche Gründe Nicht-Besucher für ihr Verhalten nennen und wie Veranstalter darauf reagieren können. Ein lebhafter Erfahrungsaustausch unter den Teilnehmern schloss sich an, etwa über veränderte Öffnungszeiten, Preispolitik und Sonderschaukonzepte.

AUMA auf Azubi-Kongress „MEET Hamburg“

Zum 5. Mal war der AUMA einer der Sponsoren des Azubi-Kongresses „MEET Hamburg“, der unter dem Motto „MEET Hamburg – Dein Vitamin B“ stand. Die Veranstaltung fand im Congress Center Hamburg statt. Organisiert wurde sie von den Auszubildenden im zweiten Lehrjahr der Hamburger Berufsschule H20. Rund 600 Teilnehmer (Azubis, Studenten, Agenturen, Lehrer, Standbauunternehmen, etc.) aus dem gesamten Bundesgebiet waren der Einladung gefolgt.

MEET Hamburg:
► <http://www.meethamburg.de/>

Anna Esche, fairconcept GmbH, München, und Bettina Rosenbach, AUMA-Referentin, hielten Vorträge zum Thema „AUMA – Vitamin B für Messen und den Messeplatz Deutschland“ (Bettina Rosenbach) und „Messen – Das Vitamin B für persönliche Kontakte“ (Anna Esche).

Weitere Themen des Kongresses waren z. B. „Die Zukunft der Kongress- und Tagungsbranche“ von Edgar Hirt (Unternehmensbereichsleiter Kongresse und Veranstaltungen der Hamburg Messe und Congress GmbH), Matthias Rieger (Leiter Hamburg Convention Bureau GmbH) und Ursula Lau-Thurner (Geschäftsstellenleiterin INTERPLAN AG), Ein „heißer Ritt durch das Recht der Veranstaltungsbranche“ mit Rechtsanwalt Ulrich Poser oder „108 Ideen in 30 Minuten – Kreativität auf Knopfdruck“ mit Utha Bonowsky, Global Internet Marketing Institut und Akademie GIMIA.

■ Vorschau

Summer University an der DHBW Ravensburg

In Ravensburg wird am 19. und 20. Juli 2012 wie zuletzt 2010 wieder ein Treffen für Absolventen, Kooperationspartner und Freunde des Studiengangs Messe-, Kongress- und Eventmanagement der Dualen Hochschule Baden-Württemberg stattfinden. Themen werden unter anderem Internationale Messestrategien, digitale Herausforderungen für die Messewirtschaft, professionelle Konzeptentwicklung und Recruiting im Zeitalter von Social Media sein.

Summer University der DHBW Ravensburg:
► www.dhbw-ravensburg.de/de/fakultaet-studiengang/wirtschaft/bwl-messe-kongress-und-eventmanagement/summer-university-2012/

■ Buchtipps

Dienstleistungs-Management in Veranstaltungszentren

von Jörn Raith. Erschienen in der Reihe „Messe-, Kongress- und Eventmanagement“, Verlag Wissenschaft & Praxis, Sternenfels 2012; 174 Seiten, 28,00 Euro; ISBN 978 3-89673-628-4

In diesem Buch legt der Autor Jörn Raith zunächst Grundlagen des Dienstleistungs-Managements für Veranstaltungszentren dar und beschreibt wichtige Steuerungs- und Planungsinstrumente wie Benchmarking, Controlling, Qualitätsmanagement und Customer Relationship Management. Auch das Personal und Professional Congress Organiser (PCO) spielen bei den zu erbringenden Dienstleistungen in der Veranstaltungswirtschaft eine große Rolle. Ein eigenes Kapitel widmet sich den Beziehungsverhältnissen im Dienstleistungsmanagement und dem Wechselspiel zwischen Kunden, Veranstaltungsstätte und PCO. Wichtige Schritte für den Aufbau eines Dienstleistungsmanagements für Veranstaltungszentren werden sowohl mit organisatorischen als auch praktischen Tipps herausgearbeitet. Das Schlusskapitel behandelt Rechtsfragen im Veranstaltungsmanagement und bietet Empfehlungen für den Aufbau einer rechtskonformen Aufbauorganisation. Best-Practice-Beispiele schließen das Buch ab.



Wiener Internationale Messe. Vorgeschichte, Anfänge und Entwicklung bis zur kriegsbedingten Einstellung 1942

von Heinrich G. Neudhart. JOSEF EUL VERLAG Verlag, Lohmar, Köln 2011; 468 Seiten, 69,00 Euro; ISBN 978-3-8441-0050-1

Messen stellen für Wirtschaftshistoriker einen faszinierenden Forschungsgegenstand dar. Mit der Industrialisierung Europas hat sich der Aufschwung der modernen Messen vollzogen. In Österreich nahm die führende Rolle dabei die 1921 gegründete, 1942 kriegsbedingt eingestellte und 1945/46 erneut als Universalmesse wiederbelebte Wiener Messe ein. Da der Themenkomplex Messe- und Ausstellungswesen meist nicht zum Standardrepertoire von Historikern gehört, hat der Autor bewusst die Entwicklung des europäischen, insbesondere des deutschen Ausstellungs- und Messewesens berücksichtigt. Der Wirtschaftsgeschichte der ausgehenden Habsburgermonarchie und der Ersten Republik und der Wirtschafts- und Handelspolitik wird breiter Raum gewidmet. Trotz der privatwirtschaftlichen Konstruktion der Messegesellschaft in Form einer Aktiengesellschaft, an der die Gemeinde Wien und ein privates Konsortium die größten Anteile hielten, manifestierten sich die politischen Systeme Österreichs in den Wiener Messen. Schließlich wurde durch den „Anschluss“ Österreichs an das Deutsche Reich die Wiener Messe zunehmend ein Instrument politisch-ideologischer Propaganda und dabei mehr und mehr ihrer Messenfunktion beraubt.

