

Erfolgsfaktor interkulturelle Handlungskompetenz  
im internationalen Messewesen



**Benjamin Straub**

**Erfolgsfaktor interkulturelle Handlungskompetenz  
im internationalen Messewesen**

***Qualitative Analyse zur zweckmäßigen Operationalisierung  
und Wirkungsweise für Unternehmen***

Bibliografische Informationen der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar

ISBN 978-3-96138-199-9

© 2020 Wissenschaftlicher Verlag Berlin

Olaf Gaudig & Peter Veit GbR

[www.wvberlin.de](http://www.wvberlin.de) / [www.wvberlin.com](http://www.wvberlin.com)

Alle Rechte vorbehalten.

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt.

Jede Verwertung, auch einzelner Teile, ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig. Dies gilt insbesondere für fotomechanische Vervielfältigung sowie Übernahme und Verarbeitung in EDV-Systemen.

Druck und Bindung: SDL – Digitaler Buchdruck, Berlin

Printed in Germany

€ 40,00

## **Vorwort**

Der Verfasser dieser Arbeit möchte sich bei allen Beteiligten für ihre überaus nützlichen Beiträge zum Erfolg dieser Arbeit bedanken. Dies gilt insbesondere allen Interviewpartnern, die mich sowohl bei der Planung der Interviews aufgrund ihrer guten Erreichbarkeit unterstützten als auch durch ihre mir im Rahmen der Interviews zur Verfügung gestellte kostbare Zeit und daher maßgeblich zum Erkenntnisgewinn beitrugen. Ein besonderer Dank geht weiterhin an Herrn Hendrik Hochheim des AUMA, der in der konzeptionellen Phase gewinnbringende Tipps zur Gestaltung der Arbeit gab. Schlussendlich möchte ich mich bei meinen Betreuern, Prof. Dr. Andreas Stoffers und Prof. Dr. Florian Feuser dafür bedanken, dass sie mir stets mit Rat und Tat zur Seite standen und mich in meinem Vorhaben bestärkten.

München, den 4. Oktober 2019

Benjamin Straub

## Abstract

Die vorliegende Masterarbeit beschäftigt sich mit interkultureller Handlungskompetenz als Erfolgsfaktor im internationalen Messewesen. Ziel ist es, mithilfe leitfadengestützter Experteninterviews zu sondieren, welche Voraussetzungen seitens der Unternehmen geschaffen werden müssen, damit interkulturelle Handlungskompetenz als Erfolgsfaktor nutzbar gemacht werden kann. Die Arbeit ermittelt außerdem konkrete Auswirkungen und die Zweckmäßigkeit der Operationalisierung. Hierfür werden zunächst die beiden theoretischen Untersuchungsgegenstände interkulturelle Kompetenz und internationales Messewesen in ihren Facetten thematisiert und gegenübergestellt. Dabei zeichnet sich ein Potenzial für weiterführende Erkenntnisse der Thematik ab. Darauf folgt die Erläuterung der Untersuchungsmethodik, die in der vorliegenden Arbeit eine qualitative Analyse darstellt. Es schließt sich der empirische Teil mit der Auswertung der Forschungsergebnisse an, worauf eine Reflexion und kritische Betrachtung der Ergebnisse sowie ein Gesamtfazit und weitergehende Forschungsmöglichkeiten folgen. Als Fazit dieser Arbeit kann festgehalten werden, dass interkulturelle Handlungskompetenz für Aussteller auf internationalen Messen ein eindeutiger Erfolgsfaktor sein kann und sich äußerst gewinnbringend für die Unternehmen auswirkt, der jedoch in seiner umfassenden Bandbreite noch immer stark unterschätzt wird. Die Operationalisierung der interkulturellen Handlungskompetenz für das Messewesen erscheint zweckmäßig, es bedarf jedoch weiterer ergänzender Forschung, um eine greifbare Konzeptualisierung zu entwickeln.

This Masters Thesis deals with intercultural competence in relation to its importance as a success factor in international trade fairs. The aim is to conduct guided interviews with experts to determine which prerequisites can be used by companies in order to harness intercultural competence as a success factor. The research also evaluates concrete effects and the usefulness of operationalisation. For this purpose, the two theoretical subjects of investigation, intercultural competence and international trade fairs, are thematised and compared, making clear the potential for further insights into the topic. An explanation of the research methodology, in this case a qualitative analysis, follows. In the next step, the research results are presented and evaluated, followed by reflection and a critical examination of the results. Finally, an overall conclusion is presented alongside with a description of further research possibilities. The research concludes that intercultural competence for exhibitors at international trade fairs can be a clear success factor with the potential to be extremely profitable for companies. Nevertheless, its comprehensive scope is still strongly underestimated. The operationalisation of intercultural competence for trade fairs seems expedient, but further research is needed to develop a tangible conceptualisation.

# Inhaltsverzeichnis

<b>Einleitung</b> .....	<b>10</b>
Thematische Einführung und derzeitiger Forschungsstand.....	10
Zielsetzung und Aufbau.....	11
<b>1 Theoretische Grundlagen</b> .....	<b>13</b>
1.1 Kultur als gestaltender Faktor .....	13
1.1.1 Kulturelles Verständnis.....	14
1.1.2 Kulturelle Prägung.....	15
1.1.3 Multi-, Inter- und Transkulturalität.....	16
1.1.4 Kulturelle Differenzen .....	17
1.2 Vom Kulturbegriff zur interkulturellen Kompetenz .....	19
1.2.1 Rahmenbedingungen interkultureller Kompetenz .....	19
1.2.2 Charakteristika interkulturellen Handelns.....	20
1.2.3 Interkulturelle Handlungskompetenz .....	22
1.3 Vermittlung interkultureller Kompetenz .....	25
1.3.1 Interkulturelle Trainings .....	26
1.3.2 Interkulturelles Coaching und weitere Methoden .....	29
1.3.3 Anwendungsfeld interkulturelles Management .....	30
1.4 Messbarkeit interkultureller Handlungskompetenz .....	31
1.4.1 Herangehensweisen zur Messbarmachung .....	32
1.4.2 Modelle zur Messbarmachung .....	33
1.5 Das Messewesen .....	35
1.5.1 Definition von Messen .....	36
1.5.2 Messeklassifizierung und Typologien .....	37
1.5.3 Hauptakteure in der Messewirtschaft.....	38
1.5.3.1 Messeveranstalter und organisatorische Organe .....	39
1.5.3.2 Aussteller.....	41
1.5.3.3 Besucher .....	42
1.5.3.4 Sekundäre und periphere Interessengruppen .....	43
1.6 Wirtschaftliche Bedeutung und Wandel von Messen .....	44
1.6.1 Messen in Deutschland und Auslandsmesseaktivitäten .....	47

1.6.2	Internationales Messegeschehen und deutsche Auslandsmessen .....	51
1.7	Messen im Unternehmenskontext.....	52
1.7.1	Beteiligungsformen und Selektionskriterien .....	54
1.7.2	Rolle des Standpersonals .....	57
1.7.3	Messebeteiligungsziele .....	59
1.7.4	Erfolgskontrolle von Messen .....	61
1.8	Korrelation zwischen interkultureller Kompetenz und Messen.....	63
1.8.1	Erkenntnisse in Messeliteratur .....	63
1.8.2	Erkenntnisse in wissenschaftlichen Arbeiten .....	65
1.8.3	Thematisierung in Fachzeitschriften und Artikeln .....	67
1.8.4	Konstitutive Erkenntnisse .....	68
<b>2</b>	<b>Methodische Vorgehensweise .....</b>	<b>70</b>
2.1	Konkretisierung der Forschungsfragen .....	70
2.2	Leitfadengestütztes Experteninterview.....	71
2.2.1	Fragebogaufbau .....	72
2.2.2	Interviewpartner.....	73
2.2.3	Durchführung.....	74
2.3	Qualitative Analyse.....	74
2.3.1	Entwicklung der Untersuchungsmethodik .....	75
2.3.2	Angewandtes Kategoriensystem.....	77
<b>3</b>	<b>Qualitative Analyse und Diskussion der Forschungsergebnisse .....</b>	<b>80</b>
3.1	Kategoriengebundene Auswertung zum Erfolgsfaktor .....	81
3.2	Kategoriengebundene Auswertung zu Fördermaßnahmen .....	88
3.3	Kategoriengebundene Auswertung zu Auswirkungen .....	96
3.4	Kategoriengebundene Auswertung zur Operationalisierung.....	104
3.5	Kategoriengebundene Auswertung weiterer Erkenntnisse .....	107
<b>4</b>	<b>Reflexion .....</b>	<b>110</b>
4.1	Hypothesengestützte Ergebnisdiskussion.....	110
4.2	Kritische Gesamtbetrachtung .....	117
4.3	Methodenauswahl .....	119
<b>5</b>	<b>Fazit und Ausblick.....</b>	<b>122</b>
<b>I.</b>	<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>127</b>



<b>II. Verzeichnis der verwendeten Internetquellen.....</b>	<b>137</b>
<b>III. Anhang.....</b>	<b>141</b>
1 Arbeitshypothesen.....	142
2 Expertenprofile.....	145
3 Muster Interviewleitfäden und Einverständniserklärung.....	148
4 Vollständige Kategorienauswertungen.....	156
5 Schriftliche Aussagen von E9.....	204

## **Abbildungs- und Tabellenverzeichnis**

Abb. 1: Gesamtwirtschaftliche Bedeutung der deutschen Messewirtschaft....	48
Abb. 2: Entwicklung der deutschen internationalen / nationalen Messen .....	49
Abb. 3: Herkunft ausländischer Aussteller und Besucher in Deutschland auf internationalen und nationalen Messen.....	49
Abb. 4: Entwicklung ausländischer Messeaktivitäten von deutschen Ausstellern.....	50
Abb. 5: Messebeteiligungsformen und graphische Darstellung der Wechselwirkungen.....	56
Abb. 6: Ableitung von Messezielen aus den Unternehmenszielen .....	59
Abb. 7: Messe-Riten als relevante interkulturelle Kommunikations-Touchpoints.....	65
Abb. 8: Matrix der verschiedenen Korrelationsbereiche von Messeaktivitäten mit Bedeutsamkeit einer interkulturellen Handlungskompetenz.....	69
Tab. 1: Angewandtes System zur kategoriengestützten Auswertung der Forschungsergebnisse .....	79
Abb. 9: Überarbeitete Matrix der verschiedenen Korrelationsbereiche von Messeaktivitäten mit Bedeutsamkeit einer interkulturellen Handlungskompetenz.....	101
Abb. 10: Überarbeitetes Messe-Riten-Modell.....	103