

Auf einen Blick:

Institut für Messewirtschaft der Universität zu Köln

Albertus-Magnus-Platz | 50923 Köln

Gründung:

1999 durch finanzielle Trägerschaft der Koelnmesse-Stiftung;
Aufnahme des Lehrbetriebs im Sommersemester 2000

Seit 2018: Besetzung der Koelnmesse Stiftungs juniorprofessur für
Messewirtschaft und Marketing (Jun.-Prof. Dr. Fritze)

Vorstand/ Beteiligte Seminare:

Jun.-Prof. Dr. Martin Paul Fritze,
Vorstands des Instituts für Messewirtschaft,
Koelnmesse Stiftungs juniorprofessur

Prof. Dr. Franziska Völckner,
Direktorin des Seminars für Marketing und Markenmanagement
Vorstand des Instituts für Messewirtschaft

Prof. Dr. Dr. h.c. Werner Delfmann,
Direktor des Seminars für Unternehmensführung und Logistik

Aufgaben in Forschung & Lehre:

Durchführung von Vorlesungen, Übungen und ergänzenden Veranstaltungen
im Rahmen des Bachelorstudiengangs (Wahlbereich Messewirtschaft) der
Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät der Universität zu Köln

Betreuung von Bachelorarbeiten, Masterarbeiten und Dissertationen

Durchführung von praxisnahen Forschungsarbeiten zu aktuellen Fragen des
Messewesens

Studienumfang:

Jeweils 4 Semesterwochenstunden (SWS) in den Modulen Operatives
Messemanagement und Strategisches Messemanagement aus dem
Schwerpunktmodul Messewirtschaft

Leistungsumfang:

Insgesamt 12 Leistungspunkte aus Lehrveranstaltungen (Operatives
Dienstleistungsmanagement am Beispiel der Messebranche, Strategisches
Dienstleistungsmanagement am Beispiel der Messebranche) des
Schwerpunktmoduls Messewirtschaft

Evaluation:

Das Institut wird von den Studierenden sehr positiv bewertet. Der direkte Praxisbezug der universitären Ausbildung und die interdisziplinäre Arbeitsweise werden in Evaluationen besonders hervorgehoben. Außerdem schätzen die Studierenden die Expertise ihrer Lehrbeauftragten wie dem Leiter der Unternehmensentwicklung bei der Koelnmesse, Dr. Christian Glasmacher. Auch Jun.-Prof. Dr. Martin P. Fritze erhielt seit seinem Antritt der Vorlesung 2018 Bestnoten von seinen Studierenden.

International Summer University:

Im August 2006 hat das Institut für Messewirtschaft in Kooperation mit UFI, The Global Association of the Exhibition Industry, die International Summer University for Trade Fair Management (ISU) ins Leben gerufen. Mit diesem speziellen Kompaktseminar für Führungskräfte in der Messewirtschaft schuf das Institut eine beispielhafte Plattform für den internationalen Branchendialog. Die ISU findet jährlich in Köln statt. Die Teilnehmer erwartet ein Mix aus Workshops, Vorträgen und Diskussionen zu einem ausgewählten Thema.

Beispielhafte Forschungsprojekte und Veröffentlichungen:

Essays on Pricing in Two-Sided Markets (Dissertation, 2013):

Die kumulative Dissertation von Feriha Zingal besteht aus teilweise bereits publizierten, teilweise bisher unveröffentlichten Aufsätzen:

“Drivers of Optimal Pricing in Two-Sided Markets: The State-of-the-Art“,
Zingal, Feriha and Frauke Becker;

“Does paying Customers Pay Off? Consumer Response to Negative Prices“,
Zingal, Feriha, Karen Gedenk, and Franziska Völckner;

“Paying Customers: Don’t think Twice, It’s Alright! Negative Prices Do Not Hurt Usage Behavior“, Zingal, Feriha, Stefan Ferrara, Karen Gedenk, and Franziska Völckner

**Konfiguration von Messelogsitik-
Dienstleistern
(Dissertation, 2011):**

Die Messelogsitik findet in der Messebranche trotz des grundsätzlich bekannten Kostensenkungs- und Effizienzsteigerungspotenzials bisher wenig Beachtung. Dieses ungenutzte Potenzial bildet den Ausgangspunkt der vorliegenden Arbeit. Da die Koordination der internationalen Logistikketten in der Regel spezialisierten Messelogsitikdienstleistern übertragen wird, stehen diese Unternehmen im Fokus der Betrachtung. Zur Untersuchung des Marktes der Messelogsitikdienstleister wird der Konfigurationsansatz herangezogen, welcher basierend auf einer multidimensionalen Analyse die Ableitung unterschiedlicher Typen, sogenannter Konfigurationen, erlaubt. Vera Kimmeskamp analysiert auf der Grundlage einer weltweiten quantitativen Befragung von Messelogsitikdienstleistern die interne und externe Situation sowie die Strategien der Unternehmen und entwickelt fünf Konfigurationen von Messelogsitikdienstleistern. Diese dienen im Anschluss der Ableitung konkreter Managementimplikationen für die relevanten Akteure der Messebranche. Das Buch richtet sich an Praktiker der Messe- und Logistikbranche sowie an Dozenten und Studierende der Wirtschaftswissenschaften, insbesondere mit den Schwerpunkten Unternehmensführung, Logistik und Messewirtschaft.

**Pricingstudie
(Dissertation, 2009):**

Wie können Messegesellschaften von Preisdifferenzierungen durch nicht-lineare Preise profitieren und durch eine optimale Preisgestaltung ihre Gewinne maximieren? Dies zeigt die Dissertation „Optimale nichtlineare Preise auf zweiseitigen Märkten“, die am Institut für Messewirtschaft veröffentlicht wurde. Mit der Ausrichtung auf die speziellen Bedingungen zweiseitiger Märkte schließt die Dissertation eine wichtige Forschungslücke. 2008 wurde sie von McKinsey mit dem Marketing & Sales Award für herausragende akademische Arbeiten im B2B-Bereich ausgezeichnet.

**Logistikstudie
(Arbeitsbericht, 2009):**

Die am Institut für Messewirtschaft publizierte Studie „Strategische Konfigurationen deutscher Messespediteure“ befasst sich mit der Marktentwicklung und Positionierung deutscher Messespediteure. Sie zeigt auf, welchen Herausforderungen sich die Spediteure in Zukunft stellen müssen und mit welchen Strategien sie sich im Markt positionieren können.

**Innovationsstudie
(Forschungsprojekt, 2009):**

Zusammen mit der Prüfungs- und Beratungsgesellschaft Deloitte geht das Institut für Messewirtschaft in der Innovationsstudie „Alles neu? – Wie innovativ sind deutsche Messegesellschaften“ der gleichnamigen Frage nach. Experteninterviews mit den Mitgliedern der Geschäftsführung der zwölf umsatzstärksten deutschen Messegesellschaften machen deutlich, wie deutsche Messegesellschaften für den globalen Wettbewerb aufgestellt sind.

**Kölner Kompendium
der Messewirtschaft
(Lehrbuch, 2005):**

Das Kölner Kompendium der Messewirtschaft beleuchtet und analysiert Prozesse und aktuelle Herausforderungen von Messeveranstaltern. Der theoretische Rahmen wird mit praktischen Beispielen aus dem Messealltag veranschaulicht. Bei den Autoren der Beiträge handelt es sich um Messeexperten aus Wirtschaft und Wissenschaft. Damit verfolgt das Buch einen Brückenschlag zwischen Theorie und Praxis. Das Kölner Kompendium richtet sich sowohl an Studierende der Messewirtschaft als auch an Messemanager und die breitere Fachöffentlichkeit.

**Kundenzufriedenheit
(Praxisprojekt, 2004-2006):**

Im Rahmen dieses Praxisprojekts hat das Institut gemeinsam mit der Koelnmesse Service GmbH einen Ansatz entwickelt, der für das regelmäßige Monitoring der Kundenzufriedenheit bzgl. der Messesgastronomie eingesetzt wird.

**European Benchmark Study
(Forschungsprojekt und
Dissertation, 2004, 2007):**

Das Institut hat die erste europäische Benchmark-Studie von Messesgesellschaften durchgeführt und im November 2004 auf dem Kongress des Weltmesseverbandes UFI (The Global Association of the Exhibition Industry) in Bangkok präsentiert. Insgesamt nahmen 27 führende Messesgesellschaften aus ganz Europa an der Studie teil, deren Ziel darin bestand, die relative Wettbewerbsposition der europäischen Messeunternehmen zu untersuchen und „best practices“ zu identifizieren.

**Weitere Veröffentlichungen
und Praxisprojekte**

sind auf der Homepage des Instituts unter der Rubrik „Forschung“ einzusehen.

Homepage:

www.messe.uni-koeln.de