

METROPOLE

International Summer University (ISU)

Seit 2006 bietet das Institut mit der ISU dem Management aus Messeunternehmen eine Austauschplattform für branchenspezifisches Know-how. Die nächste ISU wird vom 4. bis 6. Juli 2018 in Köln stattfinden.

Lehre und Forschung

Am Institut für Messewirtschaft in Köln können sich Studenten seit 18 Jahren im Themenfeld Messewirtschaft weiterbilden. Eine neue Juniorprofessur sorgt seit Anfang des Jahres für noch mehr Know-how-Transfer.

Die Messeexperten von morgen – so lassen sich die Nachwuchstalente, die derzeit am Institut für Messewirtschaft der Universität zu Köln studieren, am besten beschreiben. „Die Koelnmesse hat das Institut im Sommer 1999 in Kooperation mit der Universität zu Köln ins Leben gerufen und hat seit jeher den Lehrauftrag übernommen“, erklärt Prof. Dr. Franziska Völckner, die Leiterin des Instituts. „Studenten im Bachelor haben die Möglichkeit, die Module ‚Strategisches Messemanagement‘ und ‚Operatives Messemanagement‘ zu belegen. Dieser Praxisbezug unterscheidet uns von anderen Wahlbereichen. Das Institut bietet durch die Kooperation mit der Koelnmesse im Bereich der Lehre einen starken Praxisbezug. Die Studenten erhalten durch die Vorlesung und Übung sowie durch Besuche von Messeveranstaltungen die Möglichkeit, einen Blick „hinter die Kulissen“ zu werfen“, fasst Prof. Dr. Franziska Völckner zusammen. Seit elf Jahren hält Dr. Glasmacher, Mitglied der Geschäftsleitung und Geschäftsbereichsleiter Unternehmensentwicklung bei der Koelnmesse, mit Unterstützung renommierter Gastreferenten aus der Messebranche die Vorlesung. Zusätzlich stellt die Koelnmesse durch die Koelnmesse-Stiftung Fördergelder bereit. Um das Institut in Lehre und Forschung noch weiter nach vorn zu bringen, gibt es seit Anfang des Jahres eine Neuerung: eine Stiftungs juniorprofessur „Seit

dem 1. Januar haben wir mit Jun. Prof. Dr. Paul Fritze einen hoch qualifizierten Wissenschaftler in unserem Team, der das Institut durch seine Forschung und Lehre bereichern wird“, lobt Prof. Dr. Franziska Völckner ihren neuen Kollegen.

Theorie- und Praxiswissen

Durch die Ergänzung des Instituts mit einer Stiftungs juniorprofessur bringt Jun. Prof. Dr. Paul Fritze zusätzliche Schwerpunkte mit: „Vor allem die Themen Konsumentenverhalten und Dienstleistungsmarketing besetze ich in Lehre und Forschung. Bei mir wird es keinen Frontalunterricht geben, die Studierenden sollen eigene Ideen entwickeln, diskutieren und hinterfragen“, so der neue Juniorprofessor, der vor seiner jetzigen Stelle seinen Doktor in Marketing an der Universität Rostock absolviert hat. „Mir ist es wichtig, dass es bei der Wissensvermittlung nicht nur um die fachlichen Kompetenzen im strategischen und operativen Messemanagement geht. Die Studenten sollen bei uns auch konzeptionelle Fähigkeiten entwickeln. Dazu zählen analytisches Denken, das Lösen von vielschichtigen Problemen und kommunikative Fähigkeiten sowie Verhandlungsgeschick. All das brauchen Führungskräfte in der Messewirtschaft.“ Das findet auch Dr. Glasmacher: „Wir haben als Unternehmen den Auftrag, uns im Rahmen der Corporate Social Responsibility zu engagieren. Das Thema Bildung ist im Rahmen des di-



Studierende präsentieren ihre Projektergebnisse bei der Koelnmesse.

gitalen Wandels sehr wichtig. Zukünftig werden neben der Anforderung, vermehrt in Projekten zu arbeiten, auch beispielsweise Soft-Skills bei der Rekrutierung eine zunehmende Rolle spielen. Anhand von Workshops lernen die Studenten in Projektteams zu arbeiten und die von Jun. Prof. Dr. Fritze genannten Soft-Skills zu erlernen. Durch den Praxisbezug der Vorlesung erhalten die Studenten anhand einer Vielzahl von Projektbeispielen einen Einblick, wie dies im Unternehmensalltag aus-

sieht.“ Mit Jun.-Prof. Dr. Martin Paul Fritze hat das Institut eine engagierte und messebegeisterte Verstärkung hinzu gewonnen, von der das gesamte Institut profitieren soll: „Wir erhoffen uns an der Fakultät eine Steigerung der Sichtbarkeit und Attraktivität des Wahlbereichs Messewirtschaft im Bachelorstudium.“ erläutert Prof. Dr. Völckner. Dr. Glasmacher ergänzt: „Der Standort Köln ist ein ausgesprochen attraktiver Standort und zieht viele sehr gute Studenten auf Bachelor- und Masterebene an. Wir haben

mit der Juniorstiftungsprofessur einen noch besseren Zugang zu motivierten Studenten und eine Stärkung der Schnittstelle zwischen Unternehmen und Universität geschaffen.“ Die Koelnmesse unterstützt Jun. Prof. Dr. Fritze in seiner Forschung, indem sie ihm wohl eins der größtmöglichen Labore der Welt zur Verfügung stellt – die Messe. Erste Gespräche für gemeinsame Projekte werden bereits geführt. „Wir verstehen die Professur als eine wichtige Schnittstelle zwischen Praxis und Universität in Lehre und Forschung im Sinne des Mottos der Fakultät ‚Innovation for Society‘“, erläutert Prof. Dr. Franziska Völckner. Dass der Wissenstransfer des Instituts ankommt, zeigen regelmäßige Erhebungen: „Die Vorlesung und Übung wurden mehrfach exzellent beurteilt“, führt Prof. Dr. Franziska Völckner an. In Zukunft möchte die Leiterin des Instituts weiterhin auf die hohe fachliche und praktische Ausbildung setzen: „Wir möchten die nächsten Jahre nutzen, um den Schwerpunkt Messewirtschaft in der Bachelorausbildung der Kölner WiSo-Fakultät weiter zu festigen und auszubauen.“



PROF. DR. FRANZISKA VÖLCKNER,
Professorin für Marketing und Markenmanagement an der Universität zu Köln



JUN.-PROF. DR. MARTIN PAUL FRITZE,
Juniorprofessor am Institut für Messewirtschaft



DR. CHRISTIAN GLASMACHER,
Vorstand der Koelnmesse-Stiftung

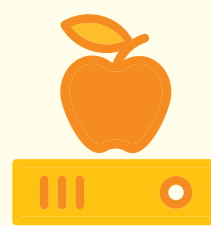
68

Studierende zählte der bisher bestbesuchte Jahrgang am Institut, das Sommersemester 2010.



31

Studierende konnte das Institut im Sommersemester 2017 verzeichnen.



350

Messeexperten aus 43 Ländern haben in den letzten Jahren an der International Summer University teilgenommen.



152

Diplom-, Master- und Bachelorarbeiten haben Studierende des Instituts bisher verfasst.



6

Teammitglieder arbeiten für das Institut. Hinzu kommen etliche Gastredner, unter anderem von der Koelnmesse, anderen Messegesellschaften, unterschiedlichen Messeverbänden, von Ausstellern oder auch von der Messe-Beratung.

90%

der Absolventen gaben bei einer Befragung 2010 an, innerhalb von drei Monaten nach Abschluss einen Arbeitsplatz gefunden zu haben.