

**Auf einen Blick:**

## **Institut für Messewirtschaft der Universität zu Köln**

Albertus-Magnus-Platz | 50923 Köln

### **Gründung:**

---

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

### **Vorstand/ Beteiligte Seminare:**

---

Prof. Dr. Dr. h.c. Werner Delfmann,  
Direktor des Seminars für Unternehmensführung und Logistik  
  
Prof. Dr. Franziska Völckner,  
Direktorin des Seminars für Marketing und Markenmanagement

### **Aufgaben in Forschung & Lehre:**

---

- Durchführung von Vorlesungen, Übungen und ergänzenden Veranstaltungen in der Profilgruppe Messewirtschaft im Rahmen des Bachelorstudiengangs sowie im Wahlbereich Messewirtschaft im Rahmen des Diplomstudiengangs der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät der Universität zu Köln
- Betreuung von Bachelorarbeiten, Diplomarbeiten 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 der Profilgruppe Messewirtschaft

### **Leistungsumfang:**

---

jeweils 6 Leistungspunkte aus den Modulen Operatives Messemanagement und Strategisches Messemanagement der Profilgruppe Messewirtschaft.

### **Absolventen:**

---

Bisher 119. Insgesamt haben mehr als 150 Studierende Teilnahme- und Erfolgsnachweise in den Kernveranstaltungen erworben.

### **Betreute Abschlussarbeiten:**

---

Bisher 68 Abschlussarbeiten;  
davon 63 Diplomarbeiten und 5 Bachelorarbeiten

---

## Studentenzahlen SS 2010:

Übung: ca. 68  
Vorlesung: ca. 68

---

## 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. Insgesamt haben bisher mehr als 100 Messe-Manager aus 25 Ländern teilgenommen.

---

## Forschungsprojekte und Veröffentlichungen:

### Pricingstudie (Dissertation, 2009):

Wie können Messegesellschaften von Preisdifferenzierungen durch nichtlineare 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 Messegastronomie eingesetzt wird.

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

Das Institut hat die erste europäische Benchmark-Studie von Messegesellschaften 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 Messegesellschaften 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](http://www.messe.uni-koeln.de)