

## “Messewirtschaft an der Kölner Uni – Ein Brückenschlag zwischen Theorie und Praxis”

Im Gespräch mit Prof. Dr. Dr. h.c. Werner Delfmann,  
Mitglied des Vorstands des Instituts für Messewirtschaft und Distributionsforschung,  
über den Bereich Messewirtschaft an der Universität zu Köln.

### **Welche Voraussetzungen muss man mitbringen für den Wahlbereich**

#### **Messewirtschaft an der Uni Köln?**

Formal muss die Studentin oder der Student an der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät der Universität zu Köln eingeschrieben sein und sollte sein Vordiplom erworben haben. Idealerweise haben unsere Studierenden Spaß an der Bearbeitung interdisziplinärer Fragestellungen und weisen ein überdurchschnittliches Engagement im Rahmen ihres Studiums auf.

### **Wie ist das Studium gegliedert? Ab wann kann man sich im Bereich**

#### **Messewirtschaft spezialisieren?**

Der beste Zeitpunkt, mit dem Studium des Wahlbereichs Messewirtschaft zu beginnen, ist nach Abschluss des Vordiploms. Der Wahlbereich baut auf Studieninhalten auf, die bereits teilweise im Grundstudium behandelt werden. Diese Inhalte werden im Rahmen unserer Veranstaltungen auf messespezifische Fragestellungen angewendet und vertieft.

Um den Wahlbereich erfolgreich abschließen zu können, müssen die Studierenden Pflicht- und Wahlveranstaltungen besuchen. Zu den Pflichtveranstaltungen zählen je zwei Vorlesungen und Übungen mit je zwei Semesterwochenstunden. Bei den Wahlveranstaltungen handelt es sich um Hauptseminare, CEMS-Projekte und Vorlesungen aus den Fachbereichen Marketing, Unternehmensführung, Controlling, Handel, Medienwissenschaften und Wirtschaftspsychologie. Prüfungsleistungen sind in Form von Klausuren, mündlichen Prüfungen bzw. Seminararbeiten zu erbringen.

Zusätzlich zu den Pflicht- und Wahlveranstaltungen wird den Studenten durch regelmäßig angebotene Exkursionen und gemeinsame Messebesuche ein Blick hinter die Kulissen von Messegesellschaften ermöglicht.

### **Wer studiert am Institut, und welche Berufswünsche haben die Studierenden?**

#### **Muss man später im Messewesen arbeiten wollen?**

Natürlich muss man nicht im Messewesen arbeiten wollen, um den Wahlbereich zu studieren, jedoch erleichtert dieser einen späteren Einstieg in das Messewesen erheblich. Meist haben unsere Studierenden bereits eine große Messeaffinität oder entwickeln diese während des Studiums. Folglich streben viele von ihnen dann später auch einen Beruf bei Messeveranstaltern oder in messenahen Bereichen an. Dies können zum Beispiel auch große ausstellende Unternehmen oder Agenturen sein.

### **Warum sollte man sich als Student der Wirtschaftswissenschaften für den Wahlbereich Messewirtschaft entscheiden?**

Lassen Sie mich zunächst einmal ein paar Worte zu dem Begriff des Wahlbereichs sagen. Ein Wahlbereich stellt eine freiwillige Spezialisierung der Studierenden zusätzlich zu ihrem Pflichtprogramm dar. Meist erstreckt sich das Studium eines solchen Wahlbereichs auf drei Semester und es umfasst 12 Semesterwochenstunden. Die jeweiligen zu einem Wahlbereich gehörenden Veranstaltungen können dabei von unterschiedlichen Professuren angeboten werden.

An der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät werden mehrere Wahlbereiche angeboten. Auch so spannende Themen wie Internationales Management oder Electronic Commerce werden in Wahlbereichen vertiefend behandelt. Somit ist die Konkurrenz um Studierende groß. Dennoch ist der Wahlbereich Messewirtschaft der jüngste und gleichzeitig auch gemessen an den Studierendenzahlen der erfolgreichste Wahlbereich an der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät. Dieser Erfolg begründet sich einerseits in dem gelungenen Brückenschlag zwischen Theorie und Praxis und andererseits sicherlich

in der Faszination des Phänomens Messe an sich. Messen bringen die Angebots- und die Nachfrageseite eines Marktes zusammen und erfüllen damit eine ganz wesentliche ökonomische Grundfunktion. Sie bieten internationales Flair und lassen trotz des notwendigerweise straffen Projektmanagements Raum für Kreativität. Das Management von Messen erfordert interkulturelles und interdisziplinäres Denken. Dieses versuchen wir unseren Studierenden zu vermitteln und ich denke, dass gerade darin der große Reiz dieses Wahlbereichs zu sehen ist.

### **Warum ist es kein Examensfach – Nachteil oder eher sogar von Vorteil?**

Im Wahlbereich Messewirtschaft werden viele Aspekte unterschiedlicher Fachgebiete miteinander kombiniert. Dies ist gegenwärtig am besten über das Konstrukt des Wahlbereichs möglich, da auf diese Weise unterschiedliche Expertise mit einbezogen werden kann. Dadurch, dass Messewirtschaft kein Examensfach ist, weisen diejenigen Studierenden, die sich für den Wahlbereich entscheiden, ein überdurchschnittliches Interesse an den Inhalten sowie ein großes Engagement auf. Aus diesem Grund ist in der Freiwilligkeit eher ein Vorteil zu sehen.

Grundsätzlich wäre natürlich eine Spezielle Betriebswirtschaftslehre "Messewirtschaft", also ein Examensfach, wünschenswert. Allerdings kann eine Spezielle BWL nur unter der Voraussetzung einer eigenen Professur mit angemessener Ausstattung etabliert werden. Dies würde bedeuten, dass die finanzielle Basis, aus der die Zuwendungen für das Messeinstitut geschöpft werden, erheblich erweitert werden müsste. Mit den uns gegenwärtig zur Verfügung stehenden finanziellen Mitteln, die zum ganz wesentlichen Teil von der Koelnmesse Stiftung getragen werden, ist die Überführung des Wahlbereichs in eine Spezielle BWL nicht möglich.

Mit der Umstellung des Studiensystems zum kommenden Wintersemester 2007/2008 haben wir es jedoch geschafft, Messewirtschaft als Spezialisierung im Bachelorstudiengang zu etablieren. Messewirtschaft bildet dann eine so genannte Profilgruppe, von denen Studierende im Bachelorstudiengang insgesamt 2 belegen

müssen. So haben die Studierenden die Möglichkeit, sich neben Profilgruppen in Rechnungswesen, Finanzierung und Marketing auch im Bereich Messewirtschaft zu spezialisieren. Es werden jedes Semester im Wechsel Veranstaltungen zu Strategischem und Operativem Messemanagement angeboten.

**Die Studierendenzahl am Institut ist noch überschaubar. Ist das Verhältnis zu den Studierenden hier anders als in den Pflichtbereichen?**

Sie haben Recht – alleine zahlenmäßig bedingt ist das Verhältnis im Wahlbereich Messewirtschaft sicherlich besser als in den großen Veranstaltungen zur Allgemeinen BWL oder VWL. Allerdings kann man nicht pauschal auf Ihre Frage antworten, dass das Verhältnis zu den Studierenden in jedem Falle besser sei als in den Fächern der Speziellen Betriebswirtschaftslehre. Mit solch einer Aussage würde man vielen Seminaren und Lehrstühlen Unrecht tun, die hervorragende Arbeit im Bereich der Lehre leisten. Betonen kann ich jedoch noch einmal, dass im Wahlbereich Messewirtschaft das Verhältnis zu den Studierenden ausgesprochen gut ist. Dies merken wir unter anderem auch an dem guten Kontakt, den wir noch zu unseren Absolventen haben, oder an dem direkten Feedback unserer Studierenden nach den Veranstaltungen sowie an deren hohem Engagement während der Vorlesungen und Übungen.

**Wie praxisorientiert wird am Institut gelehrt?**

Ziel der Lehre am Institut für Messewirtschaft ist ein Brückenschlag zwischen Theorie und Praxis. Dies kann nur gelingen, wenn beides in angemessener Form in den Veranstaltungen berücksichtigt wird. Die Nähe zur Praxis versuchen wir durch die Vergabe eines Lehrauftrages an einen Spezialisten aus der Messewirtschaft sowie durch zahlreiche Gastvorträge und Exkursionen sicherzustellen. Darüber hinaus bieten wir unseren Studierenden auch immer wieder unternehmensspezifische Projekte an, in welchen reale Problemstellungen behandelt werden. Solche Projekte wurden bereits mit großen Ausstellern wie Kodak oder auch Messegesellschaften und deren Tochterunternehmen durchgeführt.

### **Gibt es Hilfen bei der Stellensuche oder eine Praktikervermittlung?**

Natürlich unterstützen wir unsere Studierenden soweit uns das möglich ist. So bieten wir eine Mailingliste an, in der Unternehmen auf freie Praktikumsstellen hinweisen können. Ferner stellen wir Praktikumsangebote und Stellenausschreibungen von Unternehmen auf unserer Internetseite ein.

### **Über die Koelnmesse-Stiftung ist die Finanzierung des Instituts sichergestellt. Hilft die Nähe zu einer der großen deutschen Messegesellschaften, um die Lehre praxisnaher zu gestalten?**

Ja, in jedem Fall. Sowohl unser jetziger Lehrbeauftragter, Herr Dr. Glasmacher, als auch seine Vorgänger sind bzw. waren Geschäftsbereichsleiter der Abteilung Unternehmensentwicklung der Koelnmesse. Durch die räumliche Nähe können wir unseren Studierenden ohne größere logistische Anstrengungen Exkursionen zu interessanten Messen anbieten und Einblicke "hinter die Kulissen" ermöglichen. Auch bei der Anfertigung von Diplomarbeiten ist die Nähe zur Koelnmesse hilfreich, da unsere Studierenden so Experten als Ansprechpartner in unmittelbarer Nähe finden. Ferner haben wir bereits mehrere studentische Projekte im Rahmen des Studienprogramms CEMS mit der Koelnmesse und ihren Tochterunternehmen durchgeführt.

Darüber hinaus pflegen wir auch Kontakte zu anderen Messegesellschaften, die sich nicht in unmittelbarer Nähe befinden. So hatten wir bereits Gastvorträge des Vorsitzenden der Geschäftsführung der Messe München, Manfred Wutzlhofer, von Hiltrud Punstein, Leiterin Marktforschung bei der Messe Frankfurt, Hans Werner Reinhard, Leiter Unternehmensbereich Kommunikation Messe Düsseldorf sowie Christian Mayerhofer, Leiter Business Development von Reed Exhibitions. Ferner freuen wir uns darüber, mehrfach den Messeverband AUMA bei uns zu Gast gehabt zu haben sowie interessante Gastvorträge von Ausstellern wie DaimlerChrysler oder ein gemeinsames Projekt mit Kodak vorweisen zu können. Auch der Einblick in den Tätigkeitsbereich von Zulieferern bzw. messenahen Branchen ist uns wichtig. So haben wir bereits Exkursionen zu den Messebauunternehmen Uniplan und mac

durchgeführt sowie einen Gastvortrag eines ehemaligen Mitarbeiters von bluepool angeboten.

### **Spielt Internationalität eine Rolle?**

Internationalität spielt für uns eine große Rolle. Zum einen ist die Messewirtschaft selbst eine äußerst internationale Branche, zum anderen befindet sich Deutschland im Herzen des europäischen Wirtschaftsraums, so dass Internationalität auch im Studium immer wichtiger wird. Ich hatte eben bereits die CEMS Business Projects erwähnt. CEMS steht für "Community of European Management Schools" und ist ein europäisches Hochschulnetzwerk, bestehend einerseits aus 17 Universitäten, wobei nur eine Universität je Land Partner des Netzwerkes sein kann. Der andere essentielle Bestandteil des CEMS Netzwerkes sind die "Corporate Partner". Dies sind Top-Unternehmen, welche das Netzwerk nicht nur finanziell unterstützen, sondern gemeinsam mit den Universitäten gestalten und fortentwickeln. Dahinter steht die Idee eines Public-Private-Partnership mit der Zielsetzung einer internationalen Eliteausbildung, welche Theorie und Praxis integriert. Die Universität zu Köln ist eines der Gründungsmitglieder dieses Netzwerkes und damit der universitäre Netzwerkpartner in Deutschland. Interessanter Weise befinden sich viele unserer Partneruniversitäten an wichtigen Messestandorten wie z.B. Paris oder Mailand. Hiervon profitieren auch die Studenten unseres Wahlbereichs. CEMS-Studierende anderer Universitäten besuchen in Deutschland unsere Veranstaltungen und bringen ihre Erfahrungen aus dem Ausland mit ein. Unsere Studierenden können im Rahmen von CEMS an ausländischen Messestandorten studieren. Der gegenseitige interkulturelle Austausch erweitert den Horizont und ermöglicht es, sich einmal von einer anderen Perspektive einer gestellten Aufgabe zu nähern.

### **Was bietet das Institut über die normalen Lehrveranstaltungen hinaus an?**

Wie bereits erwähnt, haben Einblicke in die Praxis einen hohen Stellenwert bei uns. Neben den regulären Veranstaltungen bieten wir unseren Studenten Exkursionen zu unterschiedlichen Messeveranstaltungen an. Dabei treten wir in Dialog mit Ausstellern, Messeveranstaltern und Besuchern. Die Studierenden erhalten so die

Möglichkeit, einen Blick "hinter die Kulissen der Messe" zu werfen. Ferner haben unsere Studierenden die Möglichkeit, im Rahmen von CEMS so genannte Business Projects zu belegen. Dabei handelt es sich um kleiner Beratungsprojekte, die sich über den Zeitraum eines Semesters erstrecken. Während dieses Zeitraums bearbeitet eine Gruppe von meist internationalen Studenten eine reale, vom Unternehmen vorgegebene Problemstellung und erarbeitet hierfür Lösungsansätze. Zum Ende des Projekts werden diese Lösungsansätze im Unternehmen präsentiert und diskutiert. Vielfach werden Teile der Lösungen dann auch in die Praxis umgesetzt oder zur endgültigen Problemlösung weiterentwickelt.

### **Wie nützlich ist die Zusatzqualifikation "Messegewirtschaft" im Bewerbungsverfahren?**

Aufgrund der Freiwilligkeit des Wahlbereichs dokumentiert die Entscheidung für einen solchen ein überdurchschnittliches Engagement im Rahmen des Studiums. Dies ist sicherlich immer ein Pluspunkt unabhängig von der konkreten Stelle, für die sich jemand bewirbt. Natürlich profitieren unsere Studierenden am stärksten von dem Studium des Wahlbereichs, wenn sie einen Beruf im Rahmen der Messegewirtschaft anstreben. Dies kann ein Beruf bei einem Messeveranstalter sein, allerdings bieten sich messeaffine Unternehmen jedweder Art an - so zum Beispiel auch große Aussteller oder Zulieferer in der Messebranche, wie Agenturen, Messebauunternehmen oder Logistikdienstleister.

### **Welche Chancen haben die Nachwuchs-Messemanager auf dem Arbeitsmarkt? Gibt es dort eine Nachfrage nach solch speziell ausgebildeten Fachleuten?**

In der Messelandschaft wird in der Tat ein Mangel an akademisch ausgebildeten Führungskräften artikuliert, daher werden unsere Studierenden des Messe-Wahlbereiches in der Messelandschaft außerordentlich gut aufgenommen. Bisher sind mindestens 15 unserer Graduierten im Anschluss an ihr Studium bei einem Messeunternehmen eingestiegen. Das Feedback, das wir generell von Unternehmen bekommen, in denen unsere Graduierten tätig sind, ist dabei durchweg positiv.

Der Wunsch nach universitärer Ausbildung von Messe-Führungskräften hat sich auch durch die große Resonanz auf unsere International Summer University bestätigt, die im Sommer 2006 erstmals vom Institut für Messewirtschaft organisiert wurde. Mehr als 50 Messe-Spezialisten aus aller Welt konnten von dieser internationalen Plattform für Weiterbildung und Erfahrungsaustausch profitieren. Auch auf dem Jahreskongress der internationalen Vereinigung der Messeindustrie, Ufi, in Beijing im November 2006 wurde der Wunsch nach mehr anspruchsvollen Programmen für das Messemanagement verschiedentlich betont.

**Stärkerer Wettbewerb, Globalisierung, neue Medien: Reagiert man auch in der Lehre auf die momentan doch starken Veränderungen und Herausforderungen im Messemarkt? Gibt es aktuelle Anknüpfungen?**

Die von Ihnen angeführten aktuellen Herausforderungen werden selbstverständlich in der Lehre aufgegriffen und dezidiert behandelt. Häufig bieten wir zu diesen Themengebieten Fallstudien an, die die Studierenden dann in Gruppen bearbeiten und anschließend ihre Lösungen präsentieren. Auch finden aktuelle Fragestellungen des Messewesens Niederschlag in Referaten und Diplomarbeiten oder in den unternehmensspezifischen Business Projects. Ferner versuchen wir auch in Klausuren, aktuelle Fragestellungen auf der Basis theoretischer Konzepte untersuchen zu lassen.

**Köln hat ja nun eines der attraktivsten Messegelände Europas bekommen.**

**Haben die Veränderungen auch Auswirkung auf das Institut und seine Lehre?**

Sicherlich können wir von der Nähe zu einem so wichtigen Player wie der Koelnmesse nur profitieren. Gerade die Umstrukturierung bietet Raum für die Untersuchung vieler messespezifischer Managementaufgaben. Den Studierenden war es möglich, die Veränderung eines Messestandortes in einzelnen Etappen mitzuerleben.

Der Bedeutungszuwachs, den die Koelnmesse durch ihr Investitionsvorhaben im europäischen Raum erfährt, kann sich auch auf die Internationalität unseres

Wahlbereichs auswirken. Denn für viele Studierenden aus dem In- und Ausland wird es reizvoll sein, sich an einem so bedeutsamen Messestandort auch im Rahmen ihres Studiums mit dem Thema "Messe" zu beschäftigen.

**Gibt es andere Universitäten, die sich mit dem Themenbereich Messewirtschaft beschäftigen und entsprechende Studienmöglichkeiten bieten?**

Eine Konstellation, wie sie am Institut für Messewirtschaft der Universität zu Köln vorliegt, ist einzigartig. Es gibt zwar einige wenige andere Universitäten und Hochschulen, die sich mit messenahen Themen beschäftigen, allerdings stehen dort meist Fragestellungen im Vordergrund, die Messen aus der Perspektive des Marketing der Aussteller beleuchten. Eine umfassende Betrachtung, wie sie hier in Köln vorgenommen wird, gibt es auf universitärer Ebene sonst an keiner anderen Hochschule – weder in Deutschland noch weltweit. Am Institut für Messewirtschaft und Distributionsforschung werden alle messerelevanten Gruppen mit in die Betrachtung einbezogen, wobei ein klarer Fokus auf den Messeveranstaltern liegt. Insbesondere hierin ist eine weitere Besonderheit unseres Instituts zu sehen.

**Welche Rolle spielen Ihrer Meinung nach Kooperationen zwischen Wirtschaft und Wissenschaft bei der von der Bundesregierung ausgerufenen Suche nach Deutschlands Spitzenuniversitäten? Wie stehen Sie zur Kölner Bewerbung?**

Spitzenuniversitäten zeichnen sich durch besondere Exzellenz in Forschung und Lehre aus. Einige wichtige Charakteristika der Lehre an unserer Universität, wie zum Beispiel Internationalität oder Praxisbezug, habe ich bereits am Beispiel von CEMS und dem Institut für Messewirtschaft erläutert. Im Bereich der Forschung ist neben hochrangiger Grundlagenforschung gerade in den Wirtschaftswissenschaften auch die anwendungsbezogene Forschung von außerordentlich hoher Relevanz. Gerade auf diesem Gebiet weist die Wirtschafts- und Sozialwissenschaftliche Fakultät unserer Universität eine Jahrzehnte lange Tradition vor. Es existieren an der Universität zu Köln viele der sogenannten "An Institute". Dies sind Forschungseinrichtungen unter der Leitung von Professoren der Fakultät, welche aber vollständig von der Praxis getragen werden. Durch diese unmittelbare

Kooperation zwischen Wissenschaft und Unternehmen wird eine qualitativ hochwertige, anwendungsbezogene Forschung ermöglicht und - hier in Köln - seit vielen Jahren erfolgreich praktiziert.

**Wie sie bereits erwähnten hat das Institut für Messewirtschaft im Sommer 2006 erstmals die International Summer University for Trade Fair Management durchgeführt. Worum ging es bei diesem Seminar, und an wen richtet es sich? Wird es auch in diesem Jahr eine Summer University geben?**

Bei der International Summer University for Trade Fair Management handelt es sich um ein gemeinschaftlich von Ufi (The Global Association of the Exhibition Industry) und dem Institut für Messewirtschaft angebotenen Seminar. Die Summer University wird vom Institut für Messewirtschaft organisiert. Sie richtet sich an Führungskräfte in der Messewirtschaft. Teilnehmer erhalten die Möglichkeit zum Wissensaustausch mit Kollegen aus der Messewirtschaft und renommierten Professoren. Es werden anerkannte Managementkonzepte vorgestellt, diskutiert und auf die gegenwärtigen Fragestellungen des Messemanagements übertragen.

Die erste International Summer University fand im August 2006 in Köln statt. Insgesamt nahmen über 50 Messe-Spezialisten aus 19 Ländern teil. Der internationale Hintergrund der Teilnehmer ermöglichte neben vielfältigen Diskussionen Einblicke in die aktuellen nationalen Entwicklungen. Hochschullehrer und Praktiker aus der Messewirtschaft trugen zu einem breiten Themenspektrum bei und gingen dabei vor allem auf die Herausforderungen für Messegesellschaften durch die Globalisierung ein. Aufgrund der großen Nachfrage und der sehr positiven Resonanz findet auch in diesem Jahr wieder eine International Summer University statt. Vom 20. bis 24. August werden sich internationale Messeexperten erneut in Köln treffen. Interessenten können sich auf der Homepage des Instituts für Messewirtschaft informieren oder die wissenschaftlichen Mitarbeiter des Instituts kontaktieren.