



Köln, August 2009

Ihr Kontakt am Institut für  
Messwirtschaft:

Vera Kimmeskamp

Telefon

+49 221 470 4317

Telefax

+49 221 470 5007

E-Mail

kimmeskamp@wiso.uni-

koeln.de

www.messe.uni-koeln.de

## Die Strategien der Logistiker

Studie zu Marktentwicklung und Positionierung deutscher Messespediture veröffentlicht

**153 internationale Messen und Ausstellungen, über 176.000 Aussteller aus verschiedensten Branchen und Ländern – die Zahlen von 2008 zeigen: Deutschland ist weltweit der Messestandort Nr. 1. Vor dem Hintergrund der daraus resultierenden Güterströme stellt die Messelogistik einen wichtigen Erfolgsfaktor dar. Um die Logistik-Kette optimal zu gestalten, greifen Aussteller und Messeveranstalter oftmals auf spezialisierte Messespediture zurück. Die nun veröffentlichte Studie des Instituts für Messwirtschaft der Universität zu Köln zeigt auf, welchen Herausforderungen sich die Spediture in Zukunft stellen müssen und wie sie sich im Markt positionieren können.**

„Bisher gibt es kaum Analysen zu Marktveränderungen und möglichen Strategien für Messelogistiker“ erklärt Vera Kimmeskamp, Mitarbeiterin des Instituts und Autorin der Studie.

„Die Untersuchung soll daher zu einem besseren Verständnis des Messespeditionsmarktes beitragen und den Unternehmen eine Orientierungshilfe zur Bestimmung ihrer strategischen Position bieten. Eine konsequente Ausrichtung gewinnt gerade bei zunehmenden Wettbewerb immer mehr an Bedeutung.“

Aus diesem Grund beleuchtet die Studie zunächst verschiedene Aspekte, die bei einer Analyse der Unternehmenssituation berücksichtigt werden sollten: von der externen Umwelt über unternehmensinterne Merkmale wie etwa Ressourcen und Organisationsstruktur bis hin zu strategischen Handlungsmöglichkeiten. Auf Basis der gewonnenen Ergebnisse werden im Anschluss vier Idealtypen von Messespedituren herausgearbeitet und durch Beispiele aus der Praxis veranschaulicht. Darüber hinaus zeigt die Studie die Bedeutung der Spediture im Messekreislauf an der Schnittstelle von Ausstellern, Messeveranstaltern und Standbauern auf.

„Insgesamt ist die Arbeit der Spediteure schon heute von einer zunehmenden Internationalisierung und steigenden Nachfrage nach Full-Service-Angeboten geprägt. Dieser Trend wird sich in Zukunft weiter fortsetzen“, so Kimmeskamp. Daher ist auch eine auf der aktuellen Studie aufbauende empirische Analyse des internationalen Marktes im Rahmen einer Dissertation bereits in Arbeit. „Auf diese Weise soll der zunehmenden Internationalisierung verstärkt Rechnung getragen werden“, so Kimmeskamp. In diesem Zusammenhang wurde bereits eine empirische Befragung durchgeführt, an der sich über 80 Messespediteure aus 37 Ländern beteiligten. Die Veröffentlichung der Ergebnisse ist für 2010 geplant.

Die Studie „Strategische Konfigurationen deutscher Messespediteure“ steht ab sofort in Form eines Diskussionspapiers auf der Homepage des Instituts für Messewirtschaft der Universität zu Köln ([www.messe.uni-koeln.de](http://www.messe.uni-koeln.de)) zum Download zur Verfügung. Ein Passwort kann bei Vera Kimmeskamp ([kimmeskamp@wiso.uni-koeln.de](mailto:kimmeskamp@wiso.uni-koeln.de)) angefordert werden.

Das **Institut für Messewirtschaft** wurde 1999 gemeinsam durch die Koelnmesse und die Universität zu Köln gegründet. Es wird seither von der Koelnmesse-Stiftung finanziell unterstützt. Neben der Ausbildung von Nachwuchskräften für die Messebranche ist die Forschung eine wichtige Säule des Instituts. Zu den Schwerpunkten gehören Fragen des strategischen und operativen Messemanagements wie zum Beispiel Preispolitik, Wettbewerbsstrategien, Internationalisierung und Logistik. Im Januar 2009 veröffentlichte das Institut zudem eine Innovationsstudie in Zusammenarbeit mit der Prüfungs- und Beratungsgesellschaft Deloitte.