



Ihr Kontakt am Institut für  
Messewirtschaft:

Vera Kimmeskamp

Telefon

+49 221 470 4317

Telefax

+49 221 470 5007

E-Mail

[kimmeskamp@wiso.uni-](mailto:kimmeskamp@wiso.uni-koeln.de)

[koeln.de](mailto:kimmeskamp@wiso.uni-koeln.de)

[www.messe.uni-koeln.de](http://www.messe.uni-koeln.de)

Köln, August 2009

## **Durch optimale Preisgestaltung zum Erfolg**

**Dissertation zur Gewinnmaximierung in zweiseitigen Märkten am Institut für Messewirtschaft veröffentlicht / McKinsey zeichnet Modell mit Marketing & Sales Award aus**

**Gewinnmaximierung ist das wichtigste Ziel eines jeden Unternehmens. Eine optimale Preisgestaltung für Produkte und Dienstleistungen spielt dabei eine entscheidende Rolle. Mit ihrer nun als Buch erhältlichen Dissertation stellt Dr. Frauke Hagemeister erstmals ein Werkzeug bereit, mit dem Unternehmen ihren Deckungsbeitrag erheblich steigern können. Das Besondere: Das System ist auf die speziellen Bedingungen zweiseitiger Märkte ausgerichtet und schließt damit eine wichtige Forschungslücke.**

„Unternehmen, welche auf zweiseitigen Märkten agieren, stehen bei der Preisgestaltung vor einer besonderen Herausforderung“, erklärt Dr. Hagemeister, ehemalige Doktorandin des Instituts für Messewirtschaft. „Sie besitzen zwei verschiedene Kundengruppen, deren Nachfrage voneinander abhängig ist.“ Ein Beispiel stellen etwa die Messegesellschaften dar: Sie verkaufen Standflächen an Aussteller und Eintrittskarten an Besucher. Während die Nachfrage und Zahlungsbereitschaft der Aussteller insbesondere von der erwarteten Besucherzahl abhängt, orientiert sich die Nachfrage der Besucher unter anderem an der Anzahl und Qualität der Aussteller. „Diese Interdependenz muss daher bei der Preiskalkulation berücksichtigt werden“, so Dr. Hagemeister. Darüber hinaus ist es sinnvoll, so genannte nichtlineare Preise einzusetzen, die nach Stückzahlen variieren. Zum Beispiel kann der Gewinn weiter gesteigert werden, wenn Ausstellern statt einem Preis pro Quadratmeter ein zweiteiliger Tarif angeboten wird mit Grundgebühr und Quadratmeter-Preis.

Um diese Preise optimal zu gestalten, fehlte es bisher jedoch an einem praktisch verwertbaren Entscheidungssystem. Dieses liefert Dr. Hagemeister nun in ihrer Dissertation. Durch die Erweiterung bestehender Ansätze aus der Literatur entwickelte sie ein geeignetes Optimierungs-

modell sowie eine Methode zur Messung der Zahlungsbereitschaft von Ausstellern und Besuchern. Die Anwendung auf eine konkrete Messeveranstaltung zeigt, dass das System einfach einsetzbar ist und Potenzial für Gewinnsteigerungen um bis zu 50 Prozent aufdeckt. „Mit dem Modell lassen sich optimale Tarife unter verschiedenen Randbedingungen ermitteln“, erklärt Dr. Hagemeister. Die Effektivität und praktische Verwertbarkeit ihres Modells findet auch in der Wirtschaft großen Anklang: Bei dem von McKinsey verliehenen Marketing & Sales Award belegte sie 2008 den zweiten Platz. Gesucht wurden herausragende Diplom- oder Forschungsarbeiten zu B2B-relevanten Themen.

Die Optimierung für zweiseitige Märkte ist dabei nicht nur für Messegesellschaften von Bedeutung: So verkaufen etwa Zeitungsverlage Anzeigenplätze an Kunden und Zeitungen an Leser – auch hier liegen Nachfrageinterdependenzen vor. Auch Makler, Kreditkarteninstitute und Betreiber von Software-Plattformen agieren auf zweiseitigen Märkten. „Die meisten dieser Unternehmen können von Preisdifferenzierungen durch nichtlineare Preise profitieren“, betont Dr. Hagemeister. „Aus diesem Grund lässt sich das Modell mit einigen Modifikationen auch auf andere Märkte übertragen.“

Die Dissertation **„Optimale nichtlineare Preise auf zweiseitigen Märkten“** ist ab sofort im Buchhandel unter der ISBN 3834915882 zum Preis von € 49,90 erhältlich.

**Dr. Frauke Hagemeister** studierte Architektur an der RWTH Aachen sowie Betriebswirtschaftslehre an der RWTH Aachen, der Pennsylvania State University in den USA und der Universität zu Köln. Von April 2005 bis Oktober 2008 arbeitete sie als wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Messewirtschaft der Universität zu Köln, an dem sie auch ihre Doktorarbeit unter Betreuung von Prof. Dr. Karen Gedenk verfasste. Seit November 2008 ist Dr. Frauke Hagemeister Consultant bei Simon - Kucher & Partners, einer globalen Unternehmensberatung mit den Schwerpunkten Pricing, Strategie und Marketing.

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.