FAMA Fachverband Messen und Ausstellungen e.V.
Johann-Höllfritsch-Straße 20 – 22 · 90530 Wendelstein

Telefon: 09129 90996 490 · Fax: 09129 90996 499
info@fama.de · www.fama.de

11. Dezember 2025

Presseinformation

FAMA verleiht Messe-Impuls-Preis:

- **FAMA zeichnet zum 13. Mal wissenschaftliche Arbeiten aus**
- **Aufenthaltsqualität und visuelle Rezeption im Fokus der Forschung**

Münster. Er gilt als wichtigste Auszeichnung für studentische Forschung in der Messe- und Eventbranche: Der Messe-Impuls-Preis, der jährlich vom FAMA vergeben wird, zeichnet Studienarbeiten aus, die von hoher Relevanz für die Praxis sind. Seit 2013 gibt es diesen Preis für angewandte Forschung. In Münster wurde er im Rahmen der FAMA Night anlässlich der Messefachtagung zum 13. Mal verliehen. Ins Finale der beiden besten Einreichungen kamen zwei Absolventinnen, die sich mit den Themen Convenience auf Messen und der visuellen Rezeption von Messeständen beschäftigen.

Sie bleibt das Maß der Messeforschung: Die DHBW Ravensburg und zwei ihrer Absolventinnen sicherten sich erneut den FAMA Messe-Impuls-Preis. Mit Leandra Engels und Kathrin Kieferle kommen beide Finalistinnen von der Hochschule, die seit 1978, ursprünglich als Berufsakademie, den Studiengang Messe-, Kongress- & Eventmanagement anbietet. Damit unterstreicht die DHBW ihre führende Position als Lehrstätte der Messe- und Eventbranche. Mit insgesamt 300 Studierenden ist sie der größte Studienstandort der Veranstaltungswirtschaft im deutschsprachigen Raum. Im vergangenen Jahr war der Campus erstmals seit langer Zeit leer ausgegangen. Dafür räumte er in diesem Jahr gleich doppelt ab – mit einer Arbeit zur Convenience von Messen und einer Untersuchung zur Rezeption visueller Medien auf Messen.

„Beide Arbeiten legen den Fokus auf originäre Messefragen – die Aufenthaltsqualität von Messen sowie die Wahrnehmungsprozesse visueller Reize. Trotz digitaler Transformation setzt sich damit der Trend fort, die medialen Merkmale und Spezifika von Messen in den Mittelpunkt des Forschungsinteresses zu stellen“, sagt der FAMA-Vorstandsvorsitzende Henning Könicke. Dies unterstreiche die Bedeutung des Preises für die gesamte Branche: „Gerade im Wettbewerb von analogen und digitalen Medien sind diese Themen von besonderer Bedeutung.“ Im Vorjahr war eine Arbeit mit dem Messe-Impuls-Preis ausgezeichnet worden, die sich mit der Wirkung multisensorischer Elemente bei Messeauftritten beschäftigt hatte. Sie zeigte, wie beispielsweise olfaktorische Impulse die Marken-Wahrnehmung bei Messebesucherinnen und -besuchern erhöhen.

Wirkung visueller Impulse an Messeständen im Fokus

In diesem Jahr knüpft Kathrin Kieferle mit ihrer Bachelorarbeit an diese Studie an. Sie konzentriert sich speziell auf visuelle Reize. Im Fokus der von Professor Thomas Bauer betreuten Arbeit steht die Frage, ob und in welcher Weise sich statische und animierte Bildelemente in ihrer Wirkung auf die Messebesucher unterscheiden. Die Relevanz der Themensetzung ergibt sich daraus, dass animierte Bilder, Graphiken und Präsentationen sowie vor allem Videos sehr beliebt sind, aber im Vergleich zu statischen Standelementen in der Regel einen erheblich größeren (finanziellen) Aufwand verursachen.

Die Ergebnisse der – methodisch aufwendigen – Arbeit zeigen, dass die teuren dynamischen Elemente sehr gut geeignet sind, die initiale Aufmerksamkeit von Besuchern zu wecken.

Botschaften der kostengünstigeren statischen Elemente werden zwar ähnlich häufig betrachtet, aber als deutlich weniger interessant wahrgenommen.

Aufenthaltsqualität und Servicequalität im Blick

Leandra Engels dagegen beschäftigt sich in ihrer Bachelorarbeit mit der Aufenthaltsqualität und der daraus resultierenden Kundenzufriedenheit. Dafür untersucht die Duale Studentin, die im studienbegleitenden Praxisteil für die Messe Frankfurt tätig war, in einer methodisch anspruchsvollen empirischen Arbeit die Wahrnehmung und Wertschätzung von Serviceleistungen durch Fachbesucher. Theoretische Grundlage der von Professor Stefan Luppold betreuten Arbeit sind die (Kunden-)Zufriedenheitsforschung und die Ergebnisse der Forschung zur Erwartungsbildung. Im Folgenden lässt sie Kundinnen und Kunden die Serviceleistungen von Messen mit Hilfe des soge-

nannten KANO-Ansatzes bewerten. Damit skaliert sie in einem mehrstufigen Verfahren die Serviceleistungen in drei Arten der Kundenwahrnehmung: Erstens Leistungen, die für Kunden als selbstverständlich gelten und nur wahrgenommen werden, wenn sie nicht funktionieren; zweitens Leistungen, die, wenn sie gut erbracht werden, zur Zufriedenheit beitragen; und drittens Services, die nicht erwartet werden und deshalb besonders begeisternd wirken können. Zwei Wünsche stehen auf der Liste von Fachbesuchern übrigens weit oben – kostenlose Wasserspender und ein GPS-gestütztes Orientierungssystem.

Leandra Engels gewinnt Messe-Impuls-Preis

„Beide Arbeiten kennzeichnet ein hohes Praxis-Potenzial“, sagt Professor Dr. Sven Prüser, Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin, als Jury-Mitglied des FAMA Messe-Impuls-Preis. Insgesamt sieben eingereichte Bachelor- und Magisterarbeiten standen in der engeren Auswahl der vierköpfigen Jury, zwei davon kamen ins Finale nach Münster zur Messefachtagung. Hier mussten Leandra Engels und Kathrin Kieferle ihre Thesis im Kreis von Messefachleuten jeweils 45 Minuten lang darzustellen und zu erläutern. Ein klassisches Kopf-an-Kopf-Rennen, bei dem sich Leandra Engels im Finish durchsetzte.

Zur Begründung hieß es: „Der Vortrag war mitreißend und überzeugte Publikum und Jury gleichermaßen. Auf einer fundierten Datenbasis wurde gezeigt, auf welche Services besonders geachtet werden soll, damit Messebesucher nach Hause fahren und zur nächsten Veranstaltung wiederkommen und am besten weitere Besucher mitbringen“, begründet Prüser die Entscheidung der Jury. In der vierköpfigen Jury sind neben Professor Dr. Sven Prüser und Henning Könicke, Astrid Jaeger, Geschäftsführerin CloserStill Media Germany GmbH und Stephan Drescher, Geschäftsführer, Ravensburger Veranstaltungsgesellschaft mbH, vertreten.

Preisverleihung im Rahmen der FAMA Night

Strahlende Gesichter und keine Verliererin gab es am Abend der Preisverleihung, bei der Leandra Engels und Kathrin Kieferle (2. Platz) ausgezeichnet wurden. Im feierlichen Rahmen der FAMA Night nahmen sie ihre Urkunden und 1.000 Euro Preisgeld für die Siegerin aus den Händen von Henning Könicke und der deutschen Skateboard-Legende Titus Dittmann als Ehrengast entgegen. Sponsor der FAMA-Night war das Heidelberger Softwareunternehmen pretix GmbH.

Dr. Mike Seidensticker

Pressekontakt:
FAMA Fachverband Messen und Ausstellungen e.V.
Henning Könicke
Geschäftsführender Vorstandsvorsitzender
Johann-Höllfritsch-Str. 20-22
90530 Wendelstein

Tel.: 09129-90996-490

E-Mail: info@fama.de