



Zertifizierung



FKM-Zertifizierung

von Messe- und Ausstellungszahlen
Stand: Dezember 2016

1.0 Definitionen		Seite	2.0 Dokumente		Seite	3.0 Zertifizierungskriterien		Seite		
1.1	Messe / Ausstellung	8								
1.2	Internationale Messe	11								
1.3	Messen im Verbund	11	•••••	2.1	Besucher von Messen im Verbund	11				
1.4	Messeveranstalter	13								
1.5	Brutto-Ausstellungsfläche	13	•••••	2.2	Brutto-Ausstellungsfläche	13	•••••	3.2	Brutto-Ausstellungsfläche	13
1.6	Netto-Ausstellungsfläche	14	•••••	2.3	Netto-Ausstellungsfläche	14	•••••	3.3	Netto-Ausstellungsfläche	14
1.7	Sonderschaufläche	14	•••••	2.4	Sonderschaufläche	14	•••••	3.4	Sonderschaufläche	14
1.8	Aussteller-Standfläche	15								
1.9	Aussteller	15	•••••	2.5	Zulassung als Aussteller	15	•••••	3.5	Ausstellerzahl	15
1.10	Hauptaussteller	16								
1.11	Mitaussteller	16								
1.12	Zusätzlich vertretenes Unternehmen (ZVU)	16	•••••				•••••	3.6	Zusätzlich vertretenes Unternehmen (ZVU)	16
1.13	Ausstellernationalität	17	•••••				•••••	3.7	Ausländische Aussteller	17
1.14	Messebesucher	18								
1.15	Messebesuch	18	•••••	2.6	Eintrittsausweise für Messebesucher	18	•••••	3.8	Messebesuchereintritte	18
				2.7	Besucherregistrierung	20	•••••	3.9	Registrierte Messebesuchereintritte	20
1.16	Fachbesucher	21								
1.17	Privatbesucher	21								
1.18	Besucherstruktur	21	•••••	2.8	Besucherbefragungsdaten	21	•••••	3.10	Messebesucherstruktur	21
1.19	Besuchernationalität	24	•••••	2.9	Besuchernationalität	24				
				2.10	Verwendung des FKM-Signets	25				
				2.11	FKM-Jahresbericht	26				

1.0 Definitionen

1.1 Messe / Ausstellung

Eine Messe bzw. Ausstellung ist eine Veranstaltung an einem realen Ort während einer begrenzten Zeit, auf der wirtschaftliche Güter (Produkte, Dienstleistungen und/oder Rechte) präsentiert bzw. verbreitet werden.

Hinweis: Die einzelnen Merkmale der Begriffe Messe und Ausstellung definieren sich aus den §§ 64 und 65 der Gewerbeordnung in der jeweils gültigen Fassung.

2.0 Dokumente



3.0 Zertifizierungskriterien

3.1 Zertifizierungsleitlinien

Die Leitlinien der FKM-Zertifizierung (= Prüfung) einer Messe oder Ausstellung und die daraus abgeleiteten Zertifizierungskriterien, die in allen Zweifelsfällen Anwendung finden sollen, werden hier vorangestellt. Sachverhalte, für die keine speziellen Zertifizierungskriterien bestehen, sind auf Grundlage dieser Grundsätze zu behandeln. Ebenso hat die Auslegung der Zertifizierungskriterien auf Grundlage dieser Grundsätze zu erfolgen. Die mit der Zertifizierung beauftragten Wirtschaftsprüfer sollen sich bei Zweifeln insbesondere im Rahmen von allgemeinen Auslegungsfragen zu Zulässigkeiten und Gegebenheiten der Definitionen und Dokumente mit der Geschäftsführung der FKM abstimmen, wobei die Neutralität der Wirtschaftsprüfer gewahrt bleiben muss.

Die Zertifizierungsleitlinien werden durch folgende Aussagen definiert:

- 3.1.1 Mit der FKM-Zertifizierung wird bescheinigt, dass für die vorgelegten Messe- und Ausstellungszahlen die Maßgaben der FKM (Definitionen, Dokumente und Zertifizierungskriterien) eingehalten und angewendet worden sind. Die Zertifizierung erfolgt durch Wirtschaftsprüfer (Zertifizierungsstelle gem. § 12 der Satzung der FKM).

1.0 Definitionen

2.0 Dokumente

3.0 Zertifizierungskriterien

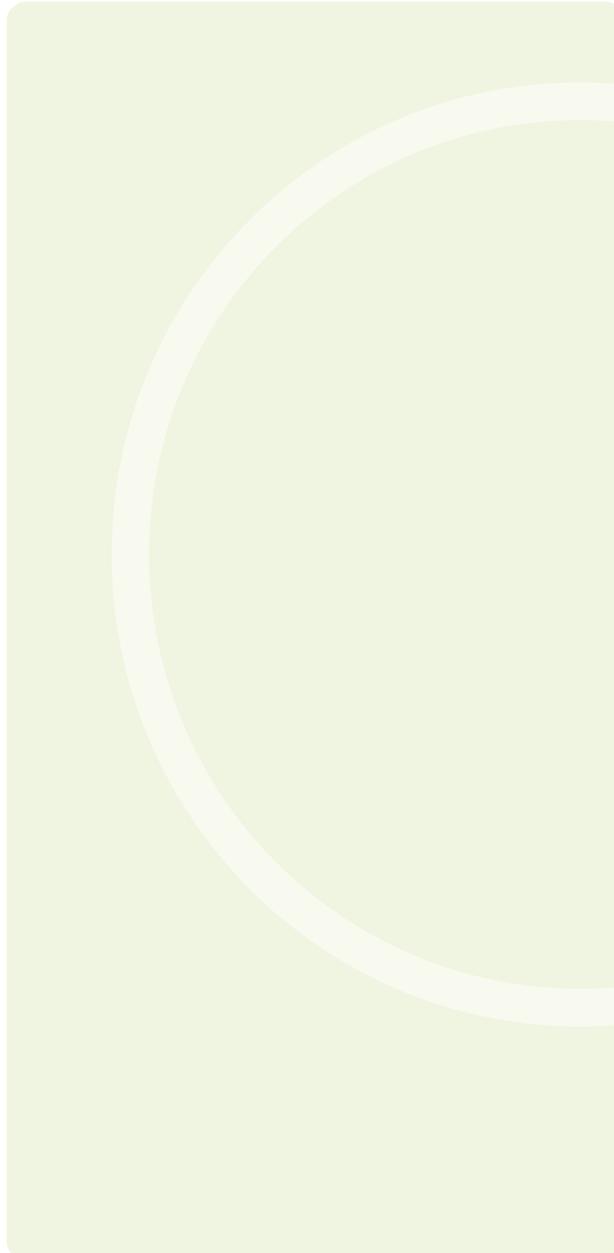
3.1.2 Grundsätzlich sind sämtliche angemeldeten Veranstaltungen zu zertifizieren. Dieser Grundsatz gilt lückenlos für neu angemeldete Veranstaltungen, bei grundlegender Änderung des Veranstaltungskonzeptes, der Einführung oder maßgeblichen Änderung von automatischen Besuchereinlass-Systemen, dem Wechsel des Veranstaltungsortes und einem Veranstaltungsrhythmus von mehr als zwei Jahren. Die Zertifizierung von Folgeveranstaltungen, die die zuvor aufgelisteten Merkmale nicht aufweisen, erfolgt nach Ermessen des mit der Zertifizierung beauftragten Wirtschaftsprüfers.

3.1.3 Der Nachweis der gemeldeten Daten erfolgt anhand schlüssiger Unterlagen, die von dem Veranstalter vorzulegen sind. Der mit der Zertifizierung beauftragte Wirtschaftsprüfer führt während der Veranstaltung eine Begehung (Inaugenscheinnahme) durch.

3.1.4 Sofern für die Ermittlung der Besuche automatische Besuchereinlass-Systeme eingesetzt werden, sind diese vor Einführung und bei maßgeblicher Änderung einer Systemprüfung zu unterziehen, die durch den mit der Zertifizierung beauftragten Wirtschaftsprüfer erfolgt. In diesem Zusammenhang sind die von dem mit der Zertifizierung beauftragten Wirtschaftsprüfer herausgegebenen technisch-organisatorischen Anforderungen seitens der Systembetreiber zu beachten.

 www.fkm.de

1.0 Definitionen



2.0 Dokumente



3.0 Zertifizierungskriterien

- 3.1.5 Ausgangspunkt der Zertifizierung sowohl für quantitative als auch für qualitative Daten sind jeweils die vom Veranstalter ausgefüllten Statistik-Erhebungsbögen, die die zu prüfenden Zahlen enthalten. Sie sind an den mit der Zertifizierung beauftragten Wirtschaftsprüfer und die FKM-Geschäftsführung zeitgerecht einzusenden.
- 3.1.6 Der mit der Zertifizierung beauftragte Wirtschaftsprüfer führt die Prüfung durch Befragungen und Analysen, Vergleiche sowie Nachrechnungen, Handlungen, Einsicht- und Inaugenscheinnahmen sowie ggf. Einsicht in Erlöskonten und Einholung von Bestätigungen Dritter durch. Außerdem wird bei der Zertifizierung stichprobenorientiert vorgegangen, wobei der Stichprobenumfang in Abhängigkeit von der Größe der Veranstaltung variiert und so zu wählen ist, dass hinreichende Sicherheit für die Erteilung der Bescheinigung erlangt werden kann.
- 3.1.7 Nach Abschluss der Zertifizierung einer Veranstaltung wird durch den mit der Zertifizierung beauftragten Wirtschaftsprüfer eine Bescheinigung erteilt. Die Bescheinigung ist für den Fall zu verweigern, dass die Einhaltung der Maßgaben der FKM (Definitionen, Dokumente und Zertifizierungskriterien) abschließend nicht nachgewiesen werden kann. Das Merkmal Internationalität ist nicht Bestandteil der Zertifizierung.

1.0 Definitionen

1.2 Internationale Messe

Eine Messe ist international, wenn mindestens 5% der Besucher und mindestens 10 % der Aussteller aus dem Ausland stammen. (Nicht Bestandteil der Zertifizierung)

1.3 Messen im Verbund

Messen im Verbund sind zwei oder mehr Messen (1.1), die am gleichen Ort zeitlich parallel, überlappend und/oder wechselnd stattfinden und von Messebesuchern gemeinsam genutzt werden können.

Hinweis 1: Messen im Verbund können, müssen jedoch keine thematischen Beziehungen oder Verknüpfungen aufweisen.

Hinweis 2: Messen im Verbund können in der Zuständigkeit von einem oder mehreren Messveranstaltern liegen.

Hinweis 3: Der Zutritt für Messebesucher zu Messen im Verbund kann mit einer Gültigkeit für alle Messen geregelt sein oder separat für jede einzelne Messe im Verbund.

2.0 Dokumente

2.1 Besucher von Messen im Verbund

2.1.1 Beschreibung des Dokuments

Die Nachweise für die Anzahl von Messebesuchern (1.14) von einzelnen Messen im Verbund (1.3) sind die Angaben aus einer Besucherbefragung (→ Anlage 3), sofern keine separaten Besuchereinlass-Systeme oder nur ein gemeinsames Besucherregistrierungssystem eingesetzt werden.

Hinweis 1: Für Messen im Verbund mit dem Merkmal einer zeitlichen Überlappung gilt die zusätzliche Anforderung, dass im Rahmen der Besucherbefragung für die überlappungsfreien Zeiten hinsichtlich der Stichprobengröße entsprechende methodische Anforderungen gelten.

3.0 Zertifizierungskriterien

3.1.8 Die für die FKM-Zertifizierung erforderlichen Unterlagen sind vom Veranstalter drei Monate nach Veröffentlichung des FKM-Jahresberichtes aufzubewahren.

❖ 3.8 Messebesuchereintritte (S. 18)
in Verbindung mit
3.10 Messebesucherstruktur (S. 21)

Befragungen für Verbundveranstaltungen sind von einem einzigen Institut durchzuführen.

Bei Verbundveranstaltungen mit anderen Komponenten als den aufgelisteten (→ 2.1.1) erfolgt eine Abstimmung zwischen dem Wirtschaftsprüfer und der FKM-Geschäftsführung.

Der Eintritt eines Messebesuchers von Messen im Verbund wird einmal pro Tag gezählt.

1.0 Definitionen

Hinweis 4: Autonome Sektoren in Mehrbranchenmessen sind wie Messen im Verbund zu behandeln, wenn sie die folgenden Merkmale aufweisen: (1) sie sind in sich geschlossene, klar abgegrenzte Teilbereiche; (2) die Aussteller bilden eine deutliche räumliche Einheit; (3) es werden gesonderte, auf den autonomen Sektor inhaltlich abgestimmte Werbemittel hinsichtlich Aussteller und Besucher eingesetzt.

2.0 Dokumente

Hinweis 2: Für Messen im Verbund mit dem Merkmal von unterschiedlichen Messeveranstaltern und einer FKM-Zertifizierung, die nicht alle Messen im Verbund umfasst, gilt die zusätzliche Anforderung, dass die Besucherbefragung auf der Grundgesamtheit basieren muss, die sich aus allen einzelnen Veranstaltungen im Verbund zusammensetzt.

2.1.2 Veröffentlichungsregel

- a) Die Veröffentlichung von Messebesuchern einzelner Messen im Verbund ist nur in Verbindung mit der gleichzeitigen Information über den Verbund (Angabe der einzelnen Verbundveranstaltungen) und den Hinweis auf Mehrfachnennungen zulässig.
- b) Eine Veröffentlichung der Messebesucher von Verbundveranstaltungen ist ohne Hinweis auf den Verbund und Mehrfachnennungen möglich unter der Bedingung, dass die Summe der Messebesucher der einzelnen Messen mit der Gesamtsumme der Messebesucher des Messeverbundes übereinstimmt.
- c) Wenn nur zusammengefasste Zahlen für den Verbund vorhanden sind, aber in Veröffentlichungen diese Zahlen im Zusammenhang mit einer Teilveranstaltung genannt werden, müssen die Zahlen mit dem Hinweis gekennzeichnet werden: „zusammen mit (Mestetitel)“.

3.0 Zertifizierungskriterien

1.0 Definitionen

1.4 Messeveranstalter

Messeveranstalter bezeichnet eine Institution, die eine Messe (1.1) bzw. Ausstellung konzipiert, organisiert und/oder durchführt.

1.5 Brutto-Ausstellungsfläche

Die Brutto-Ausstellungsfläche bezeichnet die Hallen- und/oder Freigeländefläche, die sich aus der Netto-Ausstellungsfläche (1.6) ohne Obergeschossflächen von Ständen und den dazu gehörigen Verkehrs- und Serviceflächen für eine jeweilige Messe (1.1) zusammensetzt.

Hinweis 1: Serviceflächen sind Flächen, die in einem direkten Zusammenhang mit einer jeweiligen Messe bzw. Ausstellung stehen, jedoch nicht von Ausstellern für eigene Präsentationen genutzt werden.

Zu den Serviceflächen zählen temporäre Gastronomieflächen in den Hallen; Flächen für Behörden, Verbände und Institutionen, die zum Zwecke eines allgemeinen Serviceangebotes für Aussteller und/oder Besucher genutzt werden und Vorführanlagen wie Vorführringe, Bühnen, Aktionshallen und dergleichen, soweit sie nicht die Voraussetzungen einer Sonderschaufläche erfüllen.

2.0 Dokumente

- d) Wenn eine Veranstaltung abwechselnd im Verbund und als Einzelveranstaltung stattfindet, dürfen in Veröffentlichungen nur die Zahlen der jeweils vergleichbaren Veranstaltungen genannt werden.

2.2 Brutto-Ausstellungsfläche

Der Nachweis von Brutto-Ausstellungsflächen (1.5) erfolgt aufgrund der Belegungspläne von Hallen und Freigelände, aus denen sowohl die Netto-Ausstellungsflächen erkennbar sind als auch die insgesamt vorhandene und die durch die Veranstaltung belegte Brutto-Ausstellungsfläche abgeleitet werden kann. Die verwendeten Pläne müssen maßstabsgerecht sein und eine ausreichende Bemaßung tragen.

3.0 Zertifizierungskriterien

3.2 Brutto-Ausstellungsfläche

Den Zertifizierungsnachweis für die Brutto-Ausstellungsfläche (1.5) bildet das Dokument „2.2 Brutto-Ausstellungsfläche“.

Brutto-Ausstellungsflächen in geschlossenen Räumen außerhalb von Messehallen, etwa in Foyers, Übergängen etc., errechnen sich durch einen 80%igen Zuschlag auf die Netto-Ausstellungsfläche.

Die Brutto-Freigeländefläche errechnet sich durch einen 80%igen Zuschlag auf die Netto-Ausstellungsfläche des Freigeländes.

1.0 Definitionen

Hinweis 2: Nicht zur Brutto-Ausstellungsfläche zählen alle Flächen, die für eine regelmäßige Nutzung zu Büro-, Besprechungs- und Konferenzzwecken und dergleichen bestimmt sind. Ebenso rechnen Lagerflächen und gastronomisch genutzte Flächen in Form von Festeinbauten oder entsprechende Flächen im Freigelände nicht zur Brutto-Ausstellungsfläche.

Hinweis 3: Vorführanlagen im Freigelände bei landwirtschaftlichen Veranstaltungen gelten ohne Aufschlag auf die Netto-Ausstellungsfläche als Brutto-Ausstellungsfläche.

1.6 Netto-Ausstellungsfläche

Die Netto-Ausstellungsfläche bezeichnet die Hallen- und/oder Freigeländefläche, die sich als Summe der Aussteller-Standflächen (1.8) in Verbindung mit den Sonderschauflächen (1.7) errechnet.

1.7 Sonderschaufläche

Die Sonderschaufläche bezeichnet eine Fläche innerhalb einer Messe bzw. Ausstellung (1.1), die das Thema einer Veranstaltung umfassend oder in einzelnen Aspekten erläutert und Aussteller unabhängig ist. Sonderschauflächen können Flächen für Stände, Schautafeln und Vorführungen sein.

2.0 Dokumente

2.3 Netto-Ausstellungsfläche

Die Netto-Ausstellungsfläche (1.6) besteht aus den beiden Komponenten „Summe Aussteller-Standfläche“ (1.8) und „Sonderschaufläche“ (1.7). Als Nachweis dienen die entsprechenden Angaben in den Zulassungsdokumenten (2.5) für die Aussteller.

2.4 Sonderschaufläche

Die Sonderschauflächen (1.7) als weitere Komponente der Netto-Ausstellungsfläche werden anhand einer Auflistung der entsprechenden Netto-Ausstellungsflächen zertifiziert. Der Nachweis erfolgt anhand der Belegungspläne oder ähnlicher Unterlagen sowie des Schriftverkehrs mit den Trägern der Sonderschauen usw.

3.0 Zertifizierungskriterien

3.3 Netto-Ausstellungsfläche

Für die Zertifizierung dient als Grundlage das Dokument „2.3 Netto-Ausstellungsfläche“.

3.4 Sonderschaufläche

Die Zertifizierung erfolgt auf Grundlage des Dokumentes „2.4 Sonderschaufläche“.

1.0 Definitionen

1.8 Aussteller-Standfläche

Die Aussteller-Standfläche bezeichnet eine Grundfläche innerhalb und/oder außerhalb einer Halle, die einem oder mehreren Ausstellern (1.9) vom Messeveranstalter (1.4) zur vertraglichen Nutzung im Rahmen einer Messe (1.1) bzw. Ausstellung überlassen wird.

Hinweis: Eine Grundfläche kann ebenerdig oder auf Geschossebenen sein.

1.9 Aussteller

Aussteller bezeichnet eine Institution (Unternehmen, Einzelperson oder Organisation), die vom Messeveranstalter (1.4) auf einer Aussteller-Standfläche (1.8) zugelassen ist und dort mit anwesendem Personal Produkte, Dienstleistungen und/oder Rechte präsentiert bzw. verbreitet.

Hinweis 1: Ein Aussteller kann als Hauptaussteller (1.10) oder Mitaussteller (1.11) auftreten.

Hinweis 2: Ein Aussteller kann mehrfach gezählt werden unter der Bedingung, dass er auf mehreren eigenen Aussteller-Standflächen präsent ist, die sich in deutlich optisch getrennten Bereichen befinden müssen und mit verschiedenen Angebotsschwerpunkten unterschiedliche Zielgruppen anspricht.

2.0 Dokumente

2.5 Zulassung als Aussteller (S. 15)

2.5 Zulassung als Aussteller

Die Zulassung ist eine schriftliche Mitteilung des Messeveranstalters (1.4) an Aussteller (1.9) mit rechtsverbindlichem Charakter, die eine Berechtigung zur Teilnahme an der Messe auf Basis von bestimmten Bedingungen darstellt.

Eine Zulassung weist im Hinblick auf die Dokumentation der Zertifizierung in der Regel folgende Informationen auf wie die Charakterisierung als Hauptaussteller (1.10), als Mitaussteller (1.11) oder als ZVU (1.12); die Ausstellernationalität (1.13) und die Größe und Lage der Aussteller-Standfläche (1.8).

Hinweis 1: Die Zulassung ist die dokumentierte Bestätigung der schriftlichen Anmeldung des Ausstellers.

3.0 Zertifizierungskriterien

3.5 Ausstellerzahl (S. 15)

3.5 Ausstellerzahl

3.5.1 Verfahren

Als Beleg für den Nachweis der Ausstellerzahl (Hauptaussteller 1.10 und Mitaussteller 1.11) dienen die Zulassungen in Verbindung mit den jeweils rechtsverbindlichen Anmeldungen einschließlich entsprechender Auflistungen. Erfolgt die Zulassung als Aussteller auf Basis einer entgeltpflichtigen Teilnahme, so kann alternativ auch die Rechnung als Dokument verwendet werden.

Für diese Belegarten sind zusammengefasste Auflistungen in der Reihenfolge der Belegdokumentation vorzulegen. Aus der Auflistung müssen die Teilsummen für belegte Hallenfläche (Inland und Ausland) sowie für belegte Freigeländefläche (Inland und Ausland) ersichtlich sein.

1.0 Definitionen

1.10 Hauptaussteller

Hauptaussteller bezeichnet einen Aussteller (1.9), der eine unmittelbare Vertragsbeziehung über eine Aussteller-Standfläche (1.8) mit dem Messeveranstalter (1.4) hat.

1.11 Mitaussteller

Ein Mitaussteller bezeichnet einen Aussteller (1.9), der mit dem Einverständnis des Messeveranstalters (1.4) auf dem Stand des Hauptausstellers (1.10) mit eigenen wirtschaftlichen Gütern und eigenem Personal präsent ist.

1.12 Zusätzlich vertretenes Unternehmen (ZVU)

Ein zusätzlich vertretenes Unternehmen (ZVU) lässt wirtschaftliche Güter ohne eigenes Personal auf dem Stand eines Ausstellers (1.9) präsentieren.

2.0 Dokumente

Hinweis 2: Erfolgt die Zulassung als Aussteller auf Basis einer entgeltpflichtigen Teilnahme, so gilt auch die Rechnung als Dokument.

❖❖❖ 2.5 Zulassung als Aussteller (S. 15)

❖❖❖ 2.5 Zulassung als Aussteller (S. 15)

❖❖❖ 2.5 Zulassung als Aussteller (S. 15)

3.0 Zertifizierungskriterien

Ein Nachweis der Ausstellerzahlen ausschließlich durch Karteikarten, Hallenpläne oder Sekundärunterlagen reicht nicht aus.

3.5.2 Zählmodus

Jeder Aussteller mit einer eigenen Zulassung zählt einmal, sofern die Merkmale als Hauptaussteller oder Mitaussteller erfüllt sind.

❖❖❖ 3.5 Ausstellerzahl (S. 15)

❖❖❖ 3.5 Ausstellerzahl (S. 15)

●●●● 3.6 Zusätzlich vertretenes Unternehmen (ZVU)

Der Zertifizierungsnachweis für ZVU – zusätzlich vertretenes Unternehmen (1.12) ist durch Vorlage der Anmeldeunterlagen des Ausstellers, in denen die vollständige Anschrift des

1.0 Definitionen

Hinweis 1: Ein ZVU kann ein Unternehmen, eine Einzelperson oder eine Organisation sein.

Hinweis 2: Ein ZVU ist nicht als Aussteller zu betrachten, kann jedoch mit entsprechender Kennzeichnung in einem Ausstellerverzeichnis erscheinen.

1.13 Ausstellernationalität

Die Nationalität eines Ausstellers (1.9) ergibt sich aus derjenigen Adresse, die für die Vertragsbeziehung mit dem Messeveranstalter (1.4) maßgeblich ist.

Hinweis 1: Besteht ein Unterschied zwischen der Rechnungsadresse und der Adresse des anmeldenden Ausstellers, so ist die Nationalität des Leistungsempfängers maßgeblich.

Hinweis 2: Besteht keine Übereinstimmung zwischen der Vertragsadresse und der Nationalität eines Ausstellers, kann eine schriftliche Erklärung des Ausstellers über seine Nationalität akzeptiert werden.

2.0 Dokumente

❖ 2.5 Zulassung als Aussteller (S. 15)

3.0 Zertifizierungskriterien

ZVU angegeben sein muss, zu führen. Die Anzahl der ZVU ist in einer zusammengefassten Auflistung und getrennt nach In- und Ausland zu dokumentieren.

Hinweis 1: Ein ZVU ist grundsätzlich nur einmal zu zählen.

Hinweis 2: Bei Bekanntgabe der Gesamtzahl der Aussteller darf die Zahl der Aussteller nicht mit der Zahl der zusätzlich vertretenen Unternehmen addiert werden (Additionsverbot).

●●●●● 3.7 Ausländische Aussteller

Der Zertifizierungsnachweis für Aussteller (1.9) aus dem Ausland bilden die dokumentierten Angaben zur Ausstellernationalität (1.13), wobei zum einen die ausländischen Aussteller nach Herkunftsländern tabellarisch aufzulisten sind und zum anderen die Gesamtzahl der Teilnehmerländer auszuweisen ist.

1.0 Definitionen

1.14 Messebesucher

Messebesucher bezeichnet eine Person, die an einer Messe bzw. Ausstellung (1.1) während der offiziellen Öffnungszeiten für Besucher teilnimmt mit der Absicht, Informationen zu generieren und/oder Aussteller (1.9) zu kontaktieren.

Hinweis 1: Zu den Besuchern zählen nicht Standpersonal, Journalisten, Personal von Messe-Dienstleistungsanbietern, Personal des Messeveranstalters und des Geländebetreibers.

Der Messeveranstalter hat in geeigneter Form den Nachweis zu erbringen, dass der Personenkreis nicht als Messebesucher gezählt wird.

Hinweis 2: Referenten und Kongressteilnehmer zählen nur unter der Voraussetzung als Besucher, dass sie auf der Messe anwesend sind.

1.15 Messebesuch

Messebesuch bezeichnet den Eintritt eines Messebesuchers (1.14) in eine Messe bzw. Ausstellung (1.1).

2.0 Dokumente

❖ 2.6 Eintrittsausweise für Messebesucher (S. 18)

••••• 2.6 Eintrittsausweise für Messebesucher

Zur Erfassung der Eintritte von Messebesuchern (1.14) dienen die Eintrittsausweise, die zum Besuch einer Messe berechtigen.

Die Form des Dokumentes Eintrittsausweis wird von der Art des Besuchereinlassverfahrens bestimmt. Grundsätzlich ist zwischen einer manuellen und einer automatisierten Zugangskontrolle zu unterscheiden.

3.0 Zertifizierungskriterien

❖ 3.8 Messebesuchereintritte (S. 18)

••••• 3.8 Messebesuchereintritte

3.8.1 Verfahren

Die Zertifizierung des „Messebesuchs“ (1.15) erfolgt anhand der Dokumentation „Eintrittsausweise Messebesucher“ (2.6) oder anhand der Dokumentation „Besucherregistrierung“ (2.7).

1.0 Definitionen

2.0 Dokumente

- a) Bei einer manuellen Zugangskontrolle dienen als Dokumente die vom Messeveranstalter einzubehaltenden Abschnitte von Eintrittsausweisen der Messebesucher. Der einzubehaltende Abschnitt hat der Veranstaltung zuordenbare und zweifelsfrei nachvollziehbare Identifikationsmerkmale zu tragen.

Als Dokumente können auch die Auswertungen der Tageskassen herangezogen werden, über die Messebesucher ihre Eintrittsausweise erhalten haben. Von diesen Eintrittsausweisen brauchen keine Abschnitte einbehalten zu werden. Die Eintrittsausweise sind in diesem Fall mit Unterscheidungsmerkmalen zu kennzeichnen, um Mehrfachzählungen zu vermeiden.

Dokumente sind auch messe- bzw. ausstellungsbezogene Abrechnungen von externen, autonomen Vorverkaufsstellen, sofern die im ersten Absatz formulierten Merkmale nicht erzeugt oder Abschnitte nicht einbehalten werden können.

- b) Als Dokumente für den Eintritt von Messebesuchern im Zusammenhang mit einem automatischen Besuchereinlass-System dienen die jeweiligen Aufzeichnungen, die in Papierform oder in elektronisch lesbarer Form vorliegen müssen.

3.0 Zertifizierungskriterien

Die Zertifizierung von Besuchereintritten einer Veranstaltung, die von einem automatischen Besuchereinlass-System erfasst worden sind, erfolgt mittels Analyse der elektronischen Auswertungen, die der mit der Zertifizierung beauftragte Wirtschaftsprüfer vornimmt.

Die Aufzeichnungen zum Nachweis von Eintritten von Messebesuchern müssen folgende Mindestanforderungen erfüllen: (1) Typ des Messeteilnehmers zur Unterscheidung des Messebesuchers gegenüber den anderen Teilnehmern (bspw. Standpersonal, Journalisten, Servicepersonal), (2) zeitliche Berechtigung (Tagesberechtigung, Mehrtagesberechtigung, Dauerberechtigung usw.), (3) Datumsangabe mit Uhrzeit für Eingang, (4) Identifikationsmerkmal (bspw. fortlaufende Nummerierung) zur zweifelsfreien Erfassung eines Eintrittsausweises und (5) Zählmodus.

3.8.2 Zählmodus

- a) Die Eintritte von Messebesuchern werden pro Tag nur einmal gezählt.
- b) Mehrtagesausweise werden entsprechend der Häufigkeit ihrer Nutzung mehrfach, jedoch pro Tag nur einmal gezählt.

2.7 Besucherregistrierung

Der Nachweis des Eintritts eines Messebesuchers kann in Verbindung mit einer Besucherregistrierung erfolgen. Die Art des Dokumentes hängt davon ab, ob ein manuelles oder ein automatisches Registrierungssystem zum Einsatz kommen.

Hinweis 1: Ein manuelles Registrierungssystem basiert auf einer Eintragung von persönlichen Daten (mindestens vollständige Adresse) des Messebesuchers auf einem dafür vorgesehenen Formular, das der Messebesucher entweder im zeitlichen Vorfeld oder vor dem Messeeintritt auf dem Messegelände ausfüllen kann.

Hinweis 2: Ein automatisches Registrierungssystem ist dadurch charakterisiert, dass der Messebesucher entweder im zeitlichen Vorfeld oder vor dem Messeeintritt auf dem Messegelände die Registrierung elektronisch vornehmen kann.

..... 3.9 Registrierte Messebesuchereintritte

3.9.1 Verfahren

- a) Als Nachweis für eine manuelle Besucherregistrierung dienen die ausgefüllten Registrierungsformulare.
- b) Als dokumentierter Nachweis beim Einsatz eines automatischen Registrierungssystems dienen die elektronisch gespeicherten Angaben der Messebesucher in einer entsprechenden Datei in Verbindung mit Daten aus einem automatischen Besuchereinlass-System, bzw. das handschriftlich unterschriebene Registrierungsformular.

3.9.2 Zählmodus

Registrierte Personen, die bei kostenlosem Eintritt nicht durch ein automatisches Besuchereinlass-System (2.6) erfasst werden, werden nur einmal gezählt, es sei denn, die Häufigkeit des Eintritts wird nachgewiesen.

1.0 Definitionen

1.16 Fachbesucher

Fachbesucher bezeichnet einen Messebesucher (1.14), der an einer Messe bzw. Ausstellung (1.1) aus beruflichen oder geschäftlichen Gründen teilnimmt.

1.17 Privatbesucher

Privatbesucher bezeichnet einen Messebesucher (1.14), der an einer Messe bzw. Ausstellung (1.1) aus privaten Gründen teilnimmt.

1.18 Messebesucherstruktur

Die strukturellen Merkmale von Messebesuchern (1.14) auf Basis der FKM dienen einer genaueren Qualifizierung der quantitativen Besucherdaten (2.6 und 2.7) und sind nach standardisierten Fragekategorien in Form des FKM-Besucherstruktur-Tests zu erheben.

2.0 Dokumente

❖ 2.8 Besucherbefragungsdaten (S. 21)

❖ 2.8 Besucherbefragungsdaten (S. 21)

••••• 2.8 Besucherbefragungsdaten

2.8.1 Beschreibung des Dokuments

Als Nachweisdokumente hinsichtlich einer weiteren Klassifizierung von Messebesuchern können Daten aus einer Besucherbefragung verwendet werden.

3.0 Zertifizierungskriterien

❖ 3.10 Messebesucherstruktur (S. 21)

❖ 3.10 Messebesucherstruktur (S. 21)

••••• 3.10 Messebesucherstruktur

Die Zertifizierung der Strukturmerkmale von Messebesuchern erfolgt auf der Grundlage des FKM-Besucherstruktur-Tests (1.18).

1.0 Definitionen

Die Anerkennung als FKM-Besucherstruktur-Test setzt das Vorhandensein FKM-geprüfter quantitativer Daten für die entsprechende Messe oder Ausstellung voraus.

- a) Der FKM-Besucherstruktur-Test besteht aus zwei Teilen. Der erste Teil des FKM-Besucherstruktur-Tests beinhaltet die Basisfragen für Fach- und/oder Privatbesucher gemäß Anlage 5. Der zweite Teil des FKM-Besucherstruktur-Tests enthält zwei Gruppen (Fach- und Privatbesucher) von Ergänzungsfragen (-----> Anlagen 6 und 7), wobei eine Gruppe in die Befragung aufzunehmen ist.
- b) Die Grundlagen für den FKM-Besucherstruktur-Test sind in der Anlage 3 beschrieben, während die zeitlichen Anforderungen und Bedingungen für Veröffentlichungen nachstehend aufgelistet sind:
- c) Zeitliche Anforderungen
 1. Die Gesellschafter sollen für die von ihnen angemeldete Veranstaltungen FKM-Besucherstruktur-Tests durchführen. Die Anmeldung muss zur Gesellschafterversammlung, spätestens aber vier Wochen vor der Veranstaltung bei der neutralen Prüfstelle erfolgen.

2.0 Dokumente

Für einen FKM-zertifizierten Nachweis der Besucherstruktur ist ein FKM-Besucherstruktur-Test durchzuführen, der in den Anlagen der FKM-Zertifizierung inhaltlich detailliert aufgeführt und im Rahmen einer Besucherbefragung zu realisieren ist.

Im Hinblick auf eine FKM-Zertifizierung von Daten aus Besucherbefragungen gilt die grundlegende Anforderung, dass die eingesetzten Befragungsmethoden nach wissenschaftlich anerkannten Maßstäben (z.B. Zufallsverfahren und Stichprobenbestimmung) durchgeführt worden sein müssen, die ausnahmslos für alle Phasen der Befragung einschließlich der Feldarbeit (bspw. Anordnung der Interviewer auf dem Messegelände, Schulung usw.) gelten.

2.8.2 Veröffentlichungsregel

Die Veröffentlichung von Daten aus einer Besucherbefragung ist nur in Verbindung mit der Angabe der Befragungsmethode (bspw. repräsentatives Zufallstichprobenverfahren) einschließlich des Marktforschungsinstitutes bzw. des FKM-Gesellschafters zulässig.

3.0 Zertifizierungskriterien

Als Grundlage für die Prüfung des FKM-Besucherstruktur-Tests dienen die Fragebögen, die Kurzbeschreibung des Veranstalters und eine Darstellung der Erhebungsmethoden des Instituts oder des Gesellschafters, der Interviewer-Einsatzplan und die tabellarische Auswertung.

Der mit der Zertifizierung beauftragte Wirtschaftsprüfer ist berechtigt, beim Institut oder beim Gesellschafter Einblick in die Auswertungsmethoden zu nehmen und jede erforderliche Auskunft darüber zu verlangen. Der mit der Zertifizierung beauftragte Wirtschaftsprüfer ist weiterhin berechtigt, in den Ablauf des laufenden Tests Einblick zu nehmen.

Grundsätzlich wird jeweils der erste FKM-Besucherstruktur-Test einer Veranstaltung zertifiziert; die weiteren Zertifizierungen erfolgen entsprechend den Zertifizierungsleitlinien unter 3.1.2.

1.0 Definitionen

2. Die Anmeldung gilt für den unmittelbar folgenden Durchführungstermin und, bis zur Abmeldung, für alle weiteren Durchführungstermine der Veranstaltung. Wenn ein Gesellschafter zu einem Durchführungstermin keine Befragung durchführt, gilt die Anmeldung weiter.

3. Sie erlischt jedoch, wenn nicht bei Ein- oder Zweijahresturnus der Veranstaltung zu jedem zweiten Durchführungstermin und bei Drei- und Mehrjahresturnus zu jedem Durchführungstermin ein FKM-Besucherstruktur-Test durchgeführt wird.

Bei Besucherbefragungen mit Basis- und Ergänzungsfragen für Privatbesucher erlischt die Anmeldung bei Einjahresturnus der Veranstaltung erst dann, wenn nicht bei jedem dritten Durchführungstermin ein FKM-Besucherstruktur-Test durchgeführt wird.

4. Veranstaltungen mit mehreren Durchführungsterminen innerhalb eines Jahres gelten im Sinne dieser Regelung als verschiedene Veranstaltungen.

d) Bedingungen für Veröffentlichungen

1. Zu veröffentlichen sind mindestens das Ergebnis der Basisfragen für Fach- oder Privatbesucher und das Ergebnis der Ergänzungsfragen für die entsprechende Besuchergruppe. Es können veröffentlicht werden:

2.0 Dokumente

 www.fkm.de

3.0 Zertifizierungskriterien

1.0 Definitionen

- a) das Gesamtergebnis der Basisfragen,
- b) die Fach- und Privatbesucher-Ergebnisse der Basisfragen und
- c) die Ergebnisse der Ergänzungsfragen für Fach- und Privatbesucher.

2. Die Veröffentlichung der ausgewerteten Daten erfolgt entsprechend den Anlagen 5, 6 und 7 durch FKM und AUMA.

1.19 Besuchernationalität

Die nationale Herkunft von Messebesuchern (1.14) basiert auf deren Selbstauskunft im Rahmen einer Besucherregistrierung oder einer repräsentativen Besucherbefragung.

2.0 Dokumente

2.9 Besuchernationalität

2.9.1 Beschreibung des Dokuments

Die Dokumente mit Informationen über die Nationalität von Messebesuchern (1.19) sind entweder Registrierungsdaten aus einem Besucherregistrierungssystem oder Daten aus einer repräsentativen Besucherbefragung (2.8), die im Rahmen eines FKM-Besucherstruktur-Tests (1.18) erfolgen sollte, aus dem die Strukturanteile von Inlands- und Auslandsbesuchern ohnehin ableitbar sind.

Sie können auch durch eine gesonderte Befragung ermittelt werden, deren Inhalt nicht den Gesamtumfang des FKM-Besucherstruktur-Tests enthält, aber in ihren erhebungs- und prüfungstechnischen Anforderungen den Regeln des FKM-Besucherstruktur-Tests entspricht. Sie muss dann allerdings bei jeder Veranstaltung durchgeführt werden.

3.0 Zertifizierungskriterien

❖ 3.10 Messebesucherstruktur (S. 21)

1.0 Definitionen

2.0 Dokumente

3.0 Zertifizierungskriterien

2.9.2 Veröffentlichungsregel

Bei Veranstaltungen mit der Bezeichnung „international“ ist verpflichtend eine Aufgliederung der Besucher nach Inland und Ausland vorzunehmen. Dabei ist dem Veranstalter freigestellt, den Anteil ausländischer Besucher durch nachprüfbare Zählung oder repräsentativ mithilfe einer Befragung zu ermitteln.

Eine Befragung muss analog den Regeln des FKM-Besucherstruktur-Tests erfolgen. In diesem Fall wird der relative Ausländeranteil auf die Grundgesamtheit aller Besucher bezogen und dann in einer absoluten Zahl ausgedrückt; die so ermittelte Zahl ausländischer Besucher wird durch eine Fußnote „repräsentativ ermittelt“ erläutert.

2.10 Verwendung des FKM-Signets

Mit dem Hinweis auf die FKM dürfen nur solche Messe- und Ausstellungszahlen versehen und veröffentlicht werden, die Gegenstand der FKM-Zertifizierung sind.

Das FKM-Signet darf auf veranstaltungsbezogenen Unterlagen FKM-angemeldeter Veranstaltungen verwendet werden. Allgemeine Geschäftspapiere mit FKM-Signet dürfen nicht missbräuchlich für nicht FKM-angemeldete Veranstaltungen benutzt werden.

1.0 Definitionen

2.0 Dokumente

3.0 Zertifizierungskriterien

Veranstaltungsprogramme oder andere Zusammenstellungen mehrerer Veranstaltungen dürfen grundsätzlich nicht pauschal mit dem FKM-Signet gekennzeichnet werden. Die einzelnen Veranstaltungen in derartigen Veröffentlichungen können jedoch, soweit sie zur FKM-Zertifizierung angemeldet sind, mit dem FKM-Signet versehen werden. Sollten jedoch alle genannten Veranstaltungen zur FKM-Zertifizierung angemeldet sein, kann das FKM-Signet pauschal verwendet werden.

Für Veranstaltungen, die erstmals zur FKM-Zertifizierung angemeldet sind, darf das FKM-Signet erst nach Durchführung der ersten Zertifizierung verwendet werden.

2.11 FKM-Jahresbericht

2.11.1 Beschreibung des Dokuments

Der FKM-Jahresbericht ist eine systematisch strukturierte Darstellung aller im Berichtsjahr stattgefundenen und FKM-angemeldeten Veranstaltungen von FKM-Gesellschaftern. Die Darstellung erfolgt tabellarisch alphabetisch nach Veranstaltungsorten und thematisch nach Branchen auf der Grundlage der Gliederungskategorien gemäß Anlage 9.

Ein weiterer Bestandteil des FKM-Jahresberichts sind die von den FKM-Gesellschaftern durchgeführten FKM-Besucherstruktur-Tests.

1.0 Definitionen

2.0 Dokumente

3.0 Zertifizierungskriterien

2.11.2 Veröffentlichungsregel

Der FKM-Jahresbericht wird bis spätestens zum 30. April des Folgejahres veröffentlicht.

Zur Sicherstellung der rechtzeitigen Herausgabe des Jahresberichtes sind alle Gesellschafter verpflichtet, noch ausstehende Messe- und Ausstellungszahlen des Berichtsjahres spätestens bis zum 15. Februar des Folgejahres an den Wirtschaftsprüfer einzureichen. Für Zahlen, die nach diesem Termin eingehen, kann eine Aufnahme in den Jahresbericht nicht mehr sichergestellt werden.

 www.fkm.de

FKM-Zertifizierung

Anlagen

Anlage 1

Testatbogen

→ Flächen-, Aussteller- und Besucherzahlen

29

Anlage 2

Erfassung der Brutto-Ausstellungsflächen

30

Anlage 3

FKM-Besucherbefragungen

→ Durchführungsbestimmungen

31

Anlage 4

FKM-Besucherstruktur-Test

→ Durchführendes Institut und
Kurzbeschreibung der Stichprobe

33

Anlage 5

FKM-Besucherstruktur-Test

A → Basisfragen

34

Anlage 6

FKM-Besucherstruktur-Test

B → Ergänzungsfragen für Fachbesucher

37

Anlage 7

FKM-Besucherstruktur-Test

C → Ergänzungsfragen für Privatbesucher

39

Anlage 8

Länderliste

→ Zuordnung der Besucher im
FKM-Besucherstruktur-Test

→ Zuordnung der ausländischen Aussteller

40

Anlage 9

FKM-Bericht

→ Veranstaltungskategorien

42

FKM-Zertifizierung – Anlage 1

Testatbogen → Flächen-, Aussteller- und Besucherzahlen

I. Flächenzahlen

I. a Netto-Ausstellungsfläche

	Inland	Ausland	Gesamt
Aussteller-Standfläche (Halle)			
Aussteller-Standfläche (Freigelände)			
Aussteller-Standfläche (gesamt)			
Sonderschaufläche			
Netto-Ausstellungsfläche (gesamt)			
I. b Brutto-Ausstellungsfläche	_____	_____	

II. Ausstellernzahlen und zusätzlich vertretene Unternehmen

	Inland	Ausland	Gesamt	Teilnehmerländer
Aussteller				
zusätzlich vertretene Unternehmen				_____

III. Besucherzahlen = Zahl der Eintritte; 1 Eintritt pro Tag

	Durch Zählung der Eintritte ermittelt			Durch Befragung ermittelt		
	Inland	Ausland	Gesamt	Inland	Ausland	Gesamt
Gesamt						

ermittelt durch

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Manuelle Zugangskontrolle | <input type="checkbox"/> Automatische Zugangskontrolle durch Besuchereinlass-System |
| <input type="checkbox"/> Manuelle Besucherregistrierung | <input type="checkbox"/> Automatische Besucherregistrierung und Besuchereinlass-System |
| <input type="checkbox"/> Manuelle Zugangskontrolle und manuelle Besucherregistrierung | |

FKM-Zertifizierung – Anlage 2

Erfassung der Brutto-Ausstellungsflächen

Name, Ort, Termin der Veranstaltung

Datum

Belegte Hallen

Brutto-Ausstellungsflächen in m² (ohne Serviceeinrichtungen)

Netto-Ausstellungsflächen
in geschlossenen Räumen
außerhalb von Hallen

Zuschlag 80 %

+

Hallenfläche brutto

Freigeländefläche netto

Zuschlag 80 %

+

Freigeländefläche brutto

Brutto-Ausstellungsfläche

A. Besucher-Strukturtests für Einzelmessen

1. Der FKM-Besucherstruktur-Test kann für sich allein oder in Verbindung mit einer anderen Besucherbefragung durchgeführt werden.
2. Die Befragung erfolgt nach einem repräsentativen, wissenschaftlich anerkannten Stichprobenverfahren. Die Stichprobenauswahl erfolgt in Anlehnung an das Zufalls(Random)verfahren.
3. Als Grundgesamtheit gilt die Zahl der Besucher der jeweiligen Veranstaltung. Die der Befragung zugrunde zu legende Grundgesamtheit richtet sich bei bereits bestehenden Veranstaltungen nach dem Erfahrungswert (bisherige FKM-Besucherzahl), bei neuen Veranstaltungen nach einem Schätzwert unter Berücksichtigung der FKM-Zertifizierung.
4. Der Stichprobenumfang ist abhängig von der Größe und Struktur der Grundgesamtheit, der Bestimmung des Vertrauensbereichs (Konfidenzebene und -intervall) und der erforderlichen Genauigkeit der Testergebnisse.

Es gelten nachstehend aufgelistete Mindestgrößen von Stichproben:

Bei Veranstaltungen mit unter 3 000 Besuchern sind 8 % der Besucher, mindestens aber 100 zu befragen.

Bei Veranstaltungen mit 3 000 bis unter 5 000 Besuchern sind mindestens 250 Personen zu befragen.

Bei Veranstaltungen mit 5 000 bis unter 10 000 Besuchern sind mindestens 5 % der Besucher zu befragen.

Bei Veranstaltungen mit 10 000 bis unter 25 000 Besuchern sind mindestens 500 Besucher zu befragen.

Bei Veranstaltungen mit 25 000 bis unter 50 000 Besuchern sind mindestens 2 % der Besucher zu befragen.

Bei Veranstaltungen mit 50 000 Besuchern und mehr sind mindestens 1 000 Besucher zu befragen.

Wenn die Fragen für Fach- und Privatbesucher gestellt werden, gilt der Stichprobenumfang für jeden der beiden Befragungsteile gesondert, jedoch auf der Grundlage der Anteile von Fach- und Privatbesuchern.

Es ist daher bei der Bemessung der Gesamtstichprobe vor Verzweigung darauf zu achten, dass unter Berücksichtigung der Relation zwischen Fachbesuchern und Privatbesuchern eine genügend große Gesamtstichprobe gebildet wird, um die gesonderten Mindestbedingungen nach der Verzweigung noch sicherzustellen.

Der Mindeststichprobenumfang darf nicht unterschritten werden. Die genannten Zahlen beziehen sich auf fehlerfreie Interviews, d.h., der Stichprobenumfang muss um die Zahl der zu erwartenden fehlerhaften Interviews erhöht werden. Fehlerhafte und nicht vollständig ausgefüllte Fragebogen dürfen in die Auswertung nicht einbezogen werden.

Die Anzahl der ausgewerteten fehlerfreien Fragebogen ist Bezugsbasis für alle Prozentangaben.

5. Die Angaben zur Herkunft der Gesamtbesucher (Inland/Ausland) und zur Herkunft der ausländischen Besucher nach Ländern können unter folgenden Bedingungen durch Registrierergebnisse ersetzt werden:

– Nutzung eines zertifizierten Einlasssystems, das mit dem Besucherregistriersystem im Hinblick auf die zu ersetzenden Merkmale (Inland/Ausland, Herkunft nach Land) verknüpft ist.

– Bestätigung durch den Wirtschaftsprüfer der FKM im Rahmen der jeweiligen Prüfung, dass diese Verknüpfung der Daten plausibel und transparent ist und durch Heranziehen einer Stichprobe der Registrierdaten im Rahmen der jeweiligen Prüfung nachvollzogen werden kann.

– Keine Gruppe von Besuchern darf von der Registrierung ausgeschlossen sein.

- Wenn für mindestens 85% der Besuchereintritte Angaben zur Herkunft vorliegen, kann die Verteilung der Herkunft gemäß der Registrierung auf die Gesamtbesucher übertragen werden.
- Die Ergebnisse zu anderen Fragen des Besucherstrukturtests können gemäß der Verteilung der Herkunft (Inland / Ausland) aus der Registrierung gewichtet werden.
- Wenn keine Gewichtung der übrigen Daten des Besucherstrukturtests durchgeführt wurde, sind die durch Registrierdaten ersetzten Angaben in den Auswertungen bzw. Darstellungen der Besucherstrukturen zu kennzeichnen.

Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Quote von 85 % auch dadurch erreicht werden kann, dass homogene Gruppen, die pauschal registriert werden, als Ganzes einem entsprechenden Land zugeordnet werden.

6. Die Interviewer werden planmäßig nach den Erfordernissen einer Zufallsstichprobe aufgrund eines schriftlichen Interviewer-Einsatzplanes auf dem Veranstaltungsgelände verteilt. Die Befragungen sind an allen Veranstaltungstagen in gleicher Weise durchzuführen.
7. Die von der FKM vorgegebenen Fragen und Antwortvorgaben sind gemäß Anlagen 5 bis 7 wörtlich zu übernehmen, unbeschadet weitergehender freiwilliger Aufschlüsselungen durch zusätzliche Fragen.

8. Vor jeder Veranstaltung sind die Interviewer entsprechend zu schulen. Dabei sind die Grundlagen der Interviewtechnik und des Interviewauswahlverfahrens zu vermitteln sowie eine spezielle Einweisung für das Verhalten auf der Messe und gegenüber den Besuchern zu geben. Außerdem ist täglich eine Besprechung über sachliche und technische Fragen, die sich im Verlauf des Tests ergeben, abzuhalten und eine Leistungskontrolle der Interviewer durchzuführen. Der Prüfer ist berechtigt, an den Schulungen und Besprechungen teilzunehmen.
9. Der FKM-Besucherstruktur-Test kann von einem hierfür beauftragten, geeigneten Institut oder von dem Messeveranstalter selbst durchgeführt werden.

Wird ein Institut herangezogen, ist bei der Auswahl die erforderliche Sorgfalt zu beachten. Das Institut ist schriftlich zu verpflichten, die Erfassungs-, Veröffentlichungs- und Zertifizierungskriterien für qualitative Daten der FKM einzuhalten und der neutralen Zertifizierungsstelle der FKM jederzeit Einblick in seine Auswertungsmethoden zu gewähren.

Der Veranstalter hat den Namen des beauftragten Instituts rechtzeitig der neutralen Zertifizierungsstelle mitzuteilen; dies gilt auch bei einem Wechsel des Instituts.

10. Die Fragebogen sollen mithilfe der EDV ausgewertet werden. Ausnahmen von diesem Verfahren sind vorher mit der neutralen Zertifizierungsstelle abzustimmen. Die tabellarische Auswertung muss den leichten Nachvollzug des Auswertungsganges gewährleisten.
11. Dem FKM-Besucherstruktur-Test ist eine formularmäßige Kurzbeschreibung des Veranstalters (Anlage 4) beizufügen, aus welcher die ordnungsgemäße Durchführung der Untersuchungen hervorgeht.

B. Besucherstruktur-Tests für Verbundmessen

1. Bei Verbundveranstaltungen ist der Stichprobenumfang von Besucherstruktur-Tests der jeweiligen Teilmessen abhängig von der Zahl der Besucher der jeweiligen Teilmessen.

Die Ergebnisse der Besucherstruktur-Tests basieren entweder auf den Angaben der Personen, für die die jeweilige Teilmesse ausschlaggebend für den Messebesuch war oder auf den Angaben der Personen, für die die jeweilige Teilmesse ausschlaggebend für den Messebesuch war und zusätzlich auf den Angaben der Personen, die diese Messe zum Zeitpunkt der Befragung bereits besucht hatten (ohne dass sie für sie ausschlaggebend war).

2. Ansonsten gelten die Bestimmungen unter A. sinngemäß.

C. Ermittlung der Besucherzahlen von Verbundmessen

1. Die Besucherzahlen einzelner Teile von Verbundveranstaltungen mit gemeinsamer Eintrittskarte können durch Befragung der Besucher ermittelt werden. In diesem Fall müssen alle Teilveranstaltungen des Verbundes zur FKM-Zertifizierung angemeldet sein.

Wenn bei diesen Befragungen mehrere Messen genannt werden können, sind nur Ausgangsbefragungen zulässig. Wenn gefragt wird, welche Messe ausschlaggebend für den Besuch ist, sind Eingangs- oder Ausgangsbefragungen zulässig. Eingangsbefragungen können durch entsprechende Fragen im Rahmen einer Besucherregistrierung ersetzt werden, die mindestens 80 % der Besucher erfasst.

2. Für die Befragung müssen folgende methodische Voraussetzungen erfüllt sein:
 - 2.1 Befragungen sind an denjenigen Eingängen/Ausgängen notwendig, die zusammen von mindestens 80 % der Besucher passiert werden.
 - 2.2 An diesen Ein(Aus)gängen muss an allen Tagen während der gesamten Haupteintritts(ausgangs)-zeit befragt werden. An den einzelnen Ein(Aus)-gängen kann jeweils rotierend befragt werden.

- 2.3 Die Stichproben sind entsprechend der Nutzung der Ein-/Ausgänge zu gewichten. Wenn kein Einlass-System vorhanden ist, muss diese Gewichtung nach Schätzungen oder manuellen Erhebungen erfolgen.
- 2.4 Es muss mindestens die Stichprobengröße erreicht werden, die für FKM-Besucherstruktur-Tests des Verbundes notwendig wäre (→ Anlage 4).
3. Die Befragung zur Feststellung der Besucherzahlen ist durch ein einziges Institut durchzuführen, auch dann, wenn die Teilmessen des Verbundes von unterschiedlichen Veranstaltern durchgeführt werden. Die Besucherstrukturbefragungen können von unterschiedlichen Instituten durchgeführt werden.
4. Wenn die Besucherzahlen der einzelnen Teilmessen mit Synergieeffekten veröffentlicht werden sollen, d. h. wenn die Interviewten mehrere Messen nennen können, ist folgende Fragestellung zu verwenden: Heute finden die Messen A, B etc. statt (ggf. visuelle Unterstützung durch den Interviewer in Form von Auflistung der einzelnen Messen, Hallenplan etc.). Welche dieser Messen haben Sie heute besucht? Die Besucherzahlen der Teilmessen sind mit dem Hinweis „durch repräsentative Befragung ermittelt, im Verbund mit (Mestetitel), Mehrfachnennungen waren möglich“ zu veröffentlichen.

Wenn danach gefragt wird, welche Messe ausschlaggebend für den Besuch war und für die jeweiligen Teilmessen nur diese Zahlen veröffentlicht werden, ist nur der Hinweis zu ergänzen „durch repräsentative Befragung ermittelt“.

5. Wenn Mehrfachnennungen zugelassen sind, wird auch die Nettobesucherzahl des Verbundes geprüft und im FKM-Bericht veröffentlicht, einschließlich der zusammengefassten Aussteller- und Flächenzahlen, zusätzlich zu den Teilergebnissen der Einzelveranstaltungen.

FKM-Besucher-Strukturtest der

_____ (Veranstaltung)

Auftraggeber _____

Durchführendes Institut _____

Projektleiter des Instituts _____

Verantwortlicher Sachbearbeiter
im Hause des Auftraggebers _____

Befragungsmethode* _____

Grundgesamtheit _____

Stichprobenumfang _____

Zahl der Interviewer _____

Besucher

Fälle

* Möglichkeiten: CASI – Computer Assisted Self Interview (Interviewte geben Antworten selbst am Terminal ein)
CAPI – Computer Assisted Personal Interview (Interviewer trägt Antworten in mobilen Computer ein)
Paper / Pencil-Interview (Interviewer trägt Antworten auf Papier-Fragebogen ein)

Interviews an den einzelnen Tagen:

1. Tag: _____

2. Tag: _____

3. Tag: _____

4. Tag: _____

5. Tag: _____

6. Tag: _____

Weitere Tage: _____

Verteilung der Interviewer auf dem Veranstaltungsgelände
lt. beiliegendem Plan

Auswertungsverfahren: manuell/maschinell

(Organschaftsvertreter des Veranstalters)

	Fragestellung im Interview	Antwortvorgaben im Interview	Darstellung der Antworten in der Veröffentlichung	Bemerkungen
A1 Fach-/ Privatbesucheranteil	Besuchen Sie die Messe mehr aus beruflichem/ geschäftlichem Interesse oder mehr aus privatem Interesse?	1/ 01 <input type="checkbox"/> berufliches / geschäftliches Interesse 1/ 02 <input type="checkbox"/> privates Interesse	Anteil Fachbesucher ____ % Anteil Privatbesucher ____ %	
	Ergänzungsfrage für Veranstaltungen, bei denen Fachbesucher überwiegen oder zumindest eine wesentliche Zielgruppe sind, an diejenigen, die Frage 1/02 beantwortet haben Hat Ihr Besuch der _____ mit Ihrer beruflichen Tätigkeit oder Ausbildung zu tun?	1a/ 01 <input type="checkbox"/> ja 1a/ 02 <input type="checkbox"/> nein		Das Ergebnis ist nicht zur Veröffentlichung bestimmt, es dient zur Korrektur des Ergebnisses der Frage 1. Die bei Frage 1 a/01 ermittelte absolute Zahl von Antworten wird zu der absoluten Zahl der Antworten auf Frage 1/01 addiert. Die Summe wird dann auf der Basis aller Antworten zu Frage 1 prozentuiert.
A2 Regionale Herkunft	In welchem Land ist Ihr ständiger Wohnsitz?	<input type="checkbox"/> Deutschland <input type="checkbox"/> anderes Land		
	Wenn Deutschland: In welchem Bundesland wohnen Sie?	<input type="checkbox"/> Baden-Württemberg ____ % <input type="checkbox"/> Bayern ____ % <input type="checkbox"/> Berlin ____ % <input type="checkbox"/> Brandenburg ____ % <input type="checkbox"/> Bremen ____ % <input type="checkbox"/> Hamburg ____ % <input type="checkbox"/> Hessen ____ % <input type="checkbox"/> Mecklenbg.-Vorpommern ____ % <input type="checkbox"/> Niedersachsen ____ % <input type="checkbox"/> Nordrhein-Westfalen ____ %	Deutschland gesamt ____ % davon (Regionen nach Nielsen) Nielsen 1 ____ % Bremen ____ % Hamburg ____ % Niedersachsen ____ % Schlewig-Holstein ____ % Nielsen 2 ____ % Nordrhein-Westfalen	Wenn der Wert für ein Nielsen-Gebiet unter 5% beträgt, brauchen für die zugehörigen Bundesländer keine Prozentsätze ausgewiesen werden.

	Fragestellung im Interview	Antwortvorgaben im Interview	Darstellung der Antworten in der Veröffentlichung	Bemerkungen
		<input type="checkbox"/> Rheinland-Pfalz ___ % <input type="checkbox"/> Saarland ___ % <input type="checkbox"/> Sachsen ___ % <input type="checkbox"/> Sachsen-Anhalt ___ % <input type="checkbox"/> Schleswig-Holstein ___ % <input type="checkbox"/> Thüringen ___ %	Nielsen 3a ___ % Hessen ___ % Rheinland-Pfalz ___ % Saarland ___ % Nielsen 3b ___ % Baden-Württemberg Nielsen 4 ___ % Bayern Nielsen 5+6 ___ % Berlin ___ % Brandenburg ___ % Mecklenburg-Vorpomm. ___ % Sachsen-Anhalt ___ % Nielsen 7 ___ % Sachsen ___ % Thüringen ___ %	
	Wenn anderes Land: In welchem Land wohnen Sie?	Offene Nennung der Ländernamen	Ausland gesamt ___ % EU ___ % andere europ. Länder ___ % Afrika ___ % Nordamerika ___ % Süd- und Mittelamerika ___ % Nahe / Mittlerer Osten ___ % Süd-Ost-Zentral-Asien ___ % Australien / Ozeanien ___ % Falls Kontinente zusammengefasst werden: andere Länder _____ % Die fünf Länder mit den höchsten Besucheranteilen (o. Deutschland) _____ % _____ % _____ % _____ % _____ %	Für die Zuordnung der Länder zu Kontinenten und Teilkontinenten sind die von der FKM zur Verfügung gestellten Länderlisten zu verwenden (-----> Anlage 8). Es können zusätzlich auch einzelne Wirtschaftsregionen oder Länder ausgewiesen werden. Mindestens 10 Fälle sind notwendig, um ein Ergebnis für ein einzelnes Land bzw. einen Kontinent zu veröffentlichen. Ansonsten werden die Ergebnisse zusammengefasst (Kontinente) bzw. nicht veröffentlicht (Länder).

	Fragestellung im Interview	Antwortvorgaben im Interview	Darstellung der Antworten in der Veröffentlichung	Bemerkungen
	Wie weit ist Ihr ständiger Wohnsitz von hier entfernt?	<input type="checkbox"/> bis 50 km <input type="checkbox"/> über 50 bis 100 km <input type="checkbox"/> über 100 bis 300 km <input type="checkbox"/> über 300 km	wie erhoben _____ %	Wenn einzelne Kategorien unter 5% der Antworten umfassen, können sie mit einer anderen Kategorie zusammengefasst werden.
A3 Berufliche Stellung	Welche berufliche Stellung haben Sie?	<input type="checkbox"/> selbständiger Unternehmer, Mitinhaber, freiberuflich Tätiger <input type="checkbox"/> Geschäftsführer, Vorstandsmitglied, [Behördenleiter] o. Ä. <input type="checkbox"/> Bereichsleiter, Betriebs-, Werks-, Filialleiter, [Amtsleiter] <input type="checkbox"/> Abteilungsleiter, Gruppenleiter, Teamleiter <input type="checkbox"/> anderer Angestellter, [Beamter], Facharbeiter <input type="checkbox"/> Dozent, Lehrer <input type="checkbox"/> Auszubildender <input type="checkbox"/> andere berufliche Stellung <input type="checkbox"/> Schüler, Student* <input type="checkbox"/> andere nicht Berufstätige* nach Bedarf bei Privatbesucher-Befragungen: <input type="checkbox"/> Hausfrau / -mann <input type="checkbox"/> Rentner / Pensionär [] = optional	wie erhoben _____ %	Wenn abzusehen ist, dass die Kategorie "andere berufliche Stellung" einen erheblichen Prozentsatz erreicht, können weitere individuelle Antwortvorgaben ergänzt werden. Außerdem können optional behördenspezifische Hierarchiebegriffe ergänzt werden. * Die Antworten von Fachbesuchern zu diesem Punkt sind auch als Ergebnisse bei den Ergänzungsfragen für Fachbesucher B2, B3 und B4 zu verwenden. Diese Antwortvorgaben sollten dort also nicht nochmals vorgelegt werden.
A4 Häufigkeit des Messebesuchs	Welche _____-Veranstaltungen haben Sie bereits besucht?	<input type="checkbox"/> __ (Jahr der letzten Veranstaltung) <input type="checkbox"/> frühere Veranstaltung(en) <input type="checkbox"/> keine, bin zum ersten Mal hier	Vorveranstaltung _____ % frühere Veranstaltung(en) _____ % erstmaliger Besuch _____ %	

	Fragestellung im Interview	Antwortvorgaben im Interview	Darstellung der Antworten in der Veröffentlichung	Bemerkungen
B1 Wirtschaftszweige (Mehrfachnennungen sind zulässig)	Zu welchem Wirtschaftszweig gehört Ihr Unternehmen/Ihre Organisation?	Begriffe aus der Systematik der Wirtschaftszweige des Statistischen Bundesamtes (wenn nicht anwendbar, dann individuelle Begriffe). Wenn auf einzelne Wirtschaftszweige erfahrungsgemäß erhebliche Prozentsätze entfallen, sollten sie nach Branchen differenziert werden.	wie erhoben ___ %	
B2 Einfluss bei Einkaufs-/ Beschaffungsentscheidungen	Wie ist Ihr Einfluss bei Einkaufs-/ Beschaffungsentscheidungen?	<input type="checkbox"/> ausschlaggebend <input type="checkbox"/> mitentscheidend <input type="checkbox"/> beratend <input type="checkbox"/> nicht beteiligt <input type="checkbox"/> Schüler, Student* <input type="checkbox"/> andere nicht Berufstätige*	wie erhoben ___ %	* Diese Antwortvorgabe sollte nicht vorgelegt werden, stattdessen sind die entsprechenden Fachbesucherantworten von Frage A3 zu verwenden.
B3 Aufgabenbereich (kann durch "B4 Berufe" ersetzt werden)	In welchem Aufgabenbereich sind Sie hauptsächlich tätig?	<input type="checkbox"/> Geschäfts-, Unternehmens-, Betriebsleitung <input type="checkbox"/> Forschung und Entwicklung, Konstruktion <input type="checkbox"/> Fertigung, Produktion, Qualitätskontrolle <input type="checkbox"/> Einkauf, Beschaffung <input type="checkbox"/> Finanzen, Rechnungswesen, Controlling <input type="checkbox"/> Informations-, Kommunikationstechnik <input type="checkbox"/> Personalwesen, Verwaltung 	wie erhoben ___ %	Wenn abzusehen ist, dass die Kategorie "anderer Bereich" einen erheblichen Prozentsatz erreicht, können weitere individuelle Antwortvorgaben ergänzt werden.

	Fragestellung im Interview	Antwortvorgaben im Interview	Darstellung der Antworten in der Veröffentlichung	Bemerkungen
		<input type="checkbox"/> Verkauf, Vertrieb <input type="checkbox"/> Marketing, Werbung, PR <input type="checkbox"/> Logistik: Materialwirtschaft, Lager, Transport <input type="checkbox"/> Wartung, Instandhaltung <input type="checkbox"/> anderer Bereich <input type="checkbox"/> Schüler, Student* <input type="checkbox"/> andere nicht Berufstätige*		* Diese Antwortvorgabe sollte nicht vorgelegt werden, stattdessen sind die entsprechenden Fachbesucherantworten von Frage A3 zu verwenden.
B4 Beruf (alternativ oder ergänzend zu "B3 Aufgabenbereich")	Welchen Beruf üben Sie aus?	Vorgabe individueller Begriffe (max. 15)	wie erhoben ___ %	
B5 Betriebsgröße	Wie viele Beschäftigte hat Ihr Betrieb / Ihre Organisation?	<input type="checkbox"/> 1 – 4 <input type="checkbox"/> 500 – 999 <input type="checkbox"/> 5 – 9 <input type="checkbox"/> 1 000 und mehr <input type="checkbox"/> 10 – 49 <input type="checkbox"/> Schüler, Student* <input type="checkbox"/> 50 – 199 <input type="checkbox"/> andere nicht <input type="checkbox"/> 200 – 499 Berufstätige*	wie erhoben ___ % Durchschnittliche Aufenthaltsdauer: ___ Tage	Sonderregelungen sind in Abstimmung mit der FKM möglich. Sie sollten dann auch bei vergleichbaren Messen angewendet werden. * Diese Antwortvorgabe sollte nicht vorgelegt werden, dafür sind die entsprechenden Fachbesucherantworten von Frage A3 zu verwenden.
B6 Aufenthaltsdauer	An wievielen Tagen besuchen Sie die Veranstaltung?	<input type="checkbox"/> 1 Tag <input type="checkbox"/> 2 Tage <input type="checkbox"/> n Tage	Bei allen Punkten können Antworten, die zusammen nicht mehr als 5 % aller Antworten ergeben, zur Gruppe „andere“ zusammengefasst werden.	

	Fragestellung im Interview	Antwortvorgaben im Interview	Darstellung der Antworten in der Veröffentlichung	Bemerkungen
C1 Geschlecht		<input type="checkbox"/> männlich <input type="checkbox"/> weiblich	wie erhoben ___ %	Bei persönlichen Interviews vom Interviewer anzukreuzen
C2 Alter	Wie alt sind Sie?	<input type="checkbox"/> bis 20 Jahre <input type="checkbox"/> über 50 bis 60 <input type="checkbox"/> über 20 bis 30 <input type="checkbox"/> über 60 bis 70 <input type="checkbox"/> über 30 bis 40 <input type="checkbox"/> über 70 Jahre <input type="checkbox"/> über 40 bis 50	wie erhoben ___ %	
C3 Haushaltsgröße	Aus wie viel Personen besteht Ihr Haushalt?	<input type="checkbox"/> 1 Person <input type="checkbox"/> 4 Personen <input type="checkbox"/> 2 Personen <input type="checkbox"/> 5 und mehr <input type="checkbox"/> 3 Personen Personen	wie erhoben ___ %	
C4 Kauf- oder Bestelltätigkeit	a) Haben Sie auf der Ausstellung etwas gekauft oder bestellt? (Ohne persönlichen Verzehr während des Rundgangs) b) Wollen Sie noch etwas kaufen oder bestellen?	<input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein <input type="checkbox"/> vielleicht	für a) und b) zusammen: Kauf oder Bestellung auf der Ausstellung getätigt oder beabsichtigt: ja ___ % nein ___ % vielleicht ___ %	Anmerkung zur Auswertung: – wenn mindestens einmal mit „ja“ auf die Fragen a) und b) geantwortet wird ► Veröffentlichung: ja – wenn zweimal mit „nein“ geantwortet wird ► Veröffentlichung: nein – wenn die Frage a) mit „nein“ und Frage b) mit „vielleicht“ beantwortet wird ► Veröffentlichung: vielleicht.
C5 Nachgeschäft	Haben Sie vor, aufgrund der hier auf der Ausstellung erhaltenen Informationen zu einem späteren Zeitpunkt etwas zu kaufen?	<input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein <input type="checkbox"/> vielleicht	Kaufabsicht zu einem späteren Zeitpunkt: ja ___ % nein ___ % vielleicht ___ %	

EU-Länder

Belgien (BEL)
 Bulgarien (BGR)
 Dänemark (DNK)
 Deutschland (DEU)
 Estland (EST)
 Finnland (FIN)
 Frankreich (FRA)
 Griechenland (GRC)
 Großbritannien
 und Nordirland (GBR)
 Irland (IRL)
 Italien (ITA)
 Kroatien (HRV)
 Lettland (LVA)
 Litauen (LTU)
 Luxemburg (LUX)
 Malta (MLT)
 Niederlande (NLD)
 Österreich (AUT)
 Polen (POL)
 Portugal (PRT)
 Rumänien (ROU)
 Schweden (SWE)
 Slowakei (SVK)
 Slowenien (SVN)
 Spanien (ESP)
 Tschechien (CZE)
 Ungarn (HUN)
 Zypern (CYP)

übriges Europa

Ålandinseln (ALA)
 Albanien (ALB)
 Andorra (AND)
 Belarus (BLR)
 Bosnien-Herzegowina (BIH)
 Färöer (FRO)
 Gibraltar (GIB)
 Grönland (GRL)
 Guernsey (GGY)
 Insel Man (IMN)
 Island (ISL)
 Jersey (JEY)
 Kosovo (XKX)
 Liechtenstein (LIE)
 Mazedonien, die ehemalige
 jugoslawische Republik (MKD)
 Moldau, Republik (MDA)
 Monaco (MCO)
 Montenegro (MNE)
 Norwegen (NOR)
 Russische Föderation (RUS)
 San Marino (SMR)
 Schweiz (CHE)
 Serbien (SRB)
 Svalbard und Jan Mayen (SJM)
 Türkei (TUR)
 Ukraine (UKR)
 Vatikanstadt (VAT)

Afrika

Ägypten (EGY)
 Algerien (DZA)
 Angola (AGO)
 Äquatorialguinea (GNQ)
 Äthiopien (ETH)
 Benin (BEN)
 Botsuana (BWA)
 Burkina Faso (BFA)
 Burundi (BDI)
 Cabo Verde (CPV)
 Côte d'Ivoire (CIV)
 Dschibuti (DJI)
 Eritrea (ERI)
 Gabun (GAB)
 Gambia (GMB)
 Ghana (GHA)
 Guinea (GIN)
 Guinea-Bissau (GNB)
 Kamerun (CMR)
 Kenia (KEN)
 Komoren (COM)
 Kongo, Republik (COG)
 Kongo, Demokratische
 Republik (COD)
 Lesotho (LSO)
 Liberia (LBR)
 Libyen (LBY)
 Madagaskar (MDG)
 Malawi (MWI)
 Mali (MLI)

Marokko (MAR)
 Mauretanien (MRT)
 Mauritius (MUS)
 Mayotte (MYT)
 Mosambik (MOZ)
 Namibia (NAM)
 Niger (NER)
 Nigeria (NGA)
 Reunion (REU)
 Ruanda (RWA)
 Sambia (ZMB)
 São Tomé und Príncipe (STP)
 Senegal (SEN)
 Seychellen (SYC)
 Sierra Leone (SLE)
 Simbabwe (ZWE)
 Somalia (SOM)
 St. Helena, Ascension
 und Tristan da Cunha (SHN)
 Sudan (SDN)
 Südsudan (SSD)
 Südafrika (ZAF)
 Swasiland (SWZ)
 Tansania, Vereinigte Republik (TZA)
 Togo (TGO)
 Tschad (TCD)
 Tunesien (TUN)
 Uganda (UGA)
 Westsahara (ESH)
 Zentral-Afrikanische Republik (CAF)

Amerika

Nordamerika

Amerikanische Überseeinseln,
 Kleinere (UMI)
 Kanada (CAN)
 Vereinigte Staaten von Amerika (USA)

Süd- und Mittelamerika

Amerikanische Jungferninseln (VIR)
 Anguilla (AIA)
 Antigua und Barbuda (ATG)
 Argentinien (ARG)
 Aruba (ABW)
 Bahamas (BHS)
 Barbados (BRB)
 Belize (BLZ)
 Bermudas (BMU)
 Bolivien (BOL)
 Bonaire, St. Eustatius und Saba (BES)
 Brasilien (BRA)
 Britische Jungferninseln (VGB)
 Chile (CHL)
 Costa Rica (CRI)
 Curaçao (CUW)
 Dominica (DMA)
 Dominikanische Republik (DOM)
 Ecuador (ECU)
 El Salvador (SLV)

* Nach DIN-EN-ISO 3166-1-alpha 3, ohne unbewohnte Inseln. In Einzelfällen wurden in Deutschland übliche Bezeichnungen verwendet; außerdem wurden Staaten ergänzt, die von Deutschland anerkannt sind.

Asien

Falklandinseln [Malwinen] (FLK)
Französisch-Guayana (GUF)
Grenada (GRD)
Guadeloupe (GLP)
Guatemala (GTM)
Guayana (GUY)
Haiti (HTI)
Honduras (HND)
Jamaika (JAM)
Kolumbien (COL)
Kuba (CUB)
Martinique (MTQ)
Mexiko (MEX)
Montserrat (MSR)
Nicaragua (NIC)
Panama (PAN)
Paraguay (PRY)
Peru (PER)
Puerto Rico (PRI)
St. Barthélemy (BLM)
St. Kitts und Nevis (KNA)
St. Lucia (LCA)
St. Martin [niederl. Teil] (SXM)
St. Martin [franz. Teil] (MAF)
St. Pierre und Miquelon (SPM)
St. Vincent und die Grenadinen (VCT)
Suriname (SUR)
Trinidad und Tobago (TTO)
Turks- und Caicosinseln (TCA)
Uruguay (URY)
Venezuela, Bolivarische Republik (VEN)

Naher / Mittlerer Osten

Bahrain (BHR)
Irak (IRQ)
Iran, Islamische Republik (IRN)
Israel (ISR)
Jemen (YEM)
Jordanien (JOR)
Katar (QAT)
Kuwait (KWT)
Libanon (LBN)
Oman (OMN)
Palästinensische Gebiete (PSE)
Saudi-Arabien (SAU)
Syrien, Arabische Republik (SYR)
Vereinigte Arabische Emirate (ARE)

Süd-Ost-Zentral-Asien

Afghanistan (AFG)
Armenien (ARM)
Aserbaidshan (AZE)
Bangladesch (BGD)
Bhutan (BTN)
Brunei Darussalam (BRN)
China, Volksrepublik (CHN)
Georgien (GEO)
Hongkong, China SVR (HKG)

Indien (IND)
Indonesien (IDN)
Japan (JPN)
Kambodscha (KHM)
Kasachstan (KAZ)
Kirgistan (KGZ)
Korea, Demokr. Volksrepublik (PRK)
Korea, Republik (KOR)
Laos, Demokratische Volksrepublik (LAO)
Macao, China SVR (MAC)
Malaysia (MYS)
Malediven (MDV)
Mongolei (MNG)
Myanmar (MMR)
Nepal (NPL)
Pakistan (PAK)
Philippinen (PHL)
Singapur (SGP)
Sri Lanka (LKA)
Tadschikistan (TJK)
Taiwan (TWN)
Thailand (THA)
Timor-Leste (TLS)
Turkmenistan (TKM)
Usbekistan (UZB)
Vietnam (VNM)

Australien und Ozeanien

Amerikanisch-Samoa (ASM)
Australien (AUS)
Cookinseln (COK)
Fidschi (FJI)
Französisch-Polynesien (PYF)
Guam (GUM)
Kiribati (KIR)
Kokosinseln [Keeling] (CCK)
Marianen, Nördliche (MNP)
Marshallinseln (MHL)
Mikronesien, Föderierte Staaten von (FSM)
Nauru (NRU)
Neukaledonien (NCL)
Neuseeland (NZL)
Niue (NIU)
Norfolkinseln (NFK)
Palau (PLW)
Papua-Neuguinea (PNG)
Pitcairinseln (PCN)
Salomonen (SLB)
Samoa (WSM)
Tokelau (TKL)
Tonga (TON)
Tuvalu (TUV)
Vanuatu (VUT)
Wallis und Futuna (WLF)
Weinachtsinsel (CXR)

April 2017

A Mehrbranchenmessen für Fachbesucher

- A 1 Investitionsgüter und Konsumgüter
- A 2 Investitionsgüter
- A 3 Konsumgüter

B Fachmessen und -ausstellungen

- B 1 Land-, Forst- und Fischwirtschaft, Wein-, Garten- und Landschaftsbau und deren Ausrüstungen
- B 2 Ernährungswirtschaft, Genussmittel, Gastronomie und deren Ausrüstungen
- B 3 Textil, Bekleidung, Schuhe, Lederwaren, Schmuck und deren Ausrüstungen
- B 4 Bau, Ausbau und deren Ausrüstungen
- B 5 Wohnungsausstattung, Hausrat und deren Ausrüstungen
- B 6 Gesundheit, Körperpflege, Arbeitsschutz und deren Ausrüstungen
- B 7 Umweltschutz, Sicherheit, Reinigung, kommunale Dienstleistungen und deren Ausrüstungen
- B 8 Transport, Verkehr, Logistik und deren Ausrüstungen

- B 9 Informationstechnik, Kommunikation, Büro, Unterhaltungselektronik, Foto, Film

- B 10 Bildung, Existenzgründung

- B 11 Sport, Spiel, Freizeit und deren Ausrüstungen

- B 12 Elektrotechnik und Elektronik

- B 13 Metallbe- und -verarbeitung, Automatisierung, Messtechnik, Qualitätssicherung

- B 14 Kunststoff- und Holzverarbeitung und deren Ausrüstungen

- B 15 Energiewirtschaft und deren Ausrüstungen

- B 16 Andere Investitionsgüterbranchen

- B 17 Andere Konsumgüter- und Dienstleistungsbranchen

- B 18 Kunst, Antiquitäten

C Mehrbranchen-Publikumsmessen



**Gesellschaft zur Freiwilligen Kontrolle
von Messe- und Ausstellungszahlen**

Littenstraße 9 · 10179 Berlin
Tel. 030 24000-0 · Fax -340
www.fkm.de · info@fkm.de

Layout / Satz: CCL, Berlin
Titelfoto: ADAM-Preisträger 2011
ATELIER BRÜCKNER
Stand:
Dezember 2016