



## Tipps zur Nutzung zertifizierter Messezahlen

# 01 2014

### ■ Welchen Nutzen haben Aussteller von der FKM?

Wo finde ich meine Kunden? Wie hoch ist der Entscheideranteil unter den Besuchern? FKM-Daten sind vergleichbare und zuverlässige Informationsquellen bei der Auswahl der »richtigen« Messe. [Seite 2](#)

### ■ Zentrales Besuchermerkmal: Einkaufskompetenz

Was ist ein Entscheider und wie wichtig ist er für die Aussteller? Und: Sind die anderen etwa unwichtig? [Seite 4](#)

### ■ Messen 2015 ff mit zertifizierten Daten planen

Planungssicherheit beruht nicht zuletzt auf aktuellen und verlässlichen Daten. Für fast 130 deutsche Messen der ersten drei Quartale 2014 sind bereits FKM-zertifizierte Aussteller- und Besucherzahlen verfügbar. [Seite 3](#)

### ■ Besucher ist, wer da war

Es gibt viele Möglichkeiten, einen Besucher zu definieren. Aber nach FKM-Standard gibt es nur eine Variante. [Seite 5](#)

20. November 2014

#### Inhalt

Einblick	2
News	3
Praxis	4
Lexikon	5



Aktuelle Meldungen und  
zertifizierte Kennzahlen  
auf einen Klick:  
[▶ fkm.de](http://fkm.de)

## ■ Einblick

## Welchen Nutzen haben Aussteller von der FKM?



### Die Fakten:

Aussteller haben ein spezifisches Angebot und verfolgen ganz individuelle Ziele. Sie kennen ihre Zielgruppe und möchten sie auf einer Messe ansprechen, aber die Zahl der Messen steigt weltweit, die Messe-Etats meistens nicht. Die FKM-Daten geben deshalb Auskunft über die wichtigsten Strukturmerkmale der Besucher, wie Branche, Entscheidungskompetenz und Herkunft, und bieten so die ideale Basis für die Auswahl der »richtigen« Messe. Und diese Strukturdaten werden nach einheitlichen Standards ermittelt und zertifiziert, ebenso wie die Basisdaten einer Messe, wie Aussteller-, Flächen- und Besucherzahlen.

### Die Vorteile für Aussteller:

- Sie finden ihre Zielgruppen: Aussteller können prüfen, in welchem Umfang die gewünschten Zielgruppen aus der Branche A oder der Region B auf einer Messe vertreten sind. Eine – wenn nicht die – Grundvoraussetzung für eine erfolgreiche Messeteilnahme.
- Die einheitliche Struktur der FKM-Daten bietet Vergleichsmöglichkeiten unter den Veranstaltungen und hilft bei der Nachbereitung der Messeteilnahme, denn Aussteller können so Zahl und Struktur ihrer Standbesucher am Gesamtbesuch messen.
- Sie gewinnen Basisinformationen: Aussteller erfahren, neben den qualitativen Aspekten, z.B. alles über die Größe einer Messe auf der Aussteller- und Besucherseite, über Einzugsbereich und Internationalität.
- Sie lernen die Rahmenbedingungen kennen: Aussteller erfahren mehr über die generelle Ausrichtung der Veranstaltung – denn Messen können sich an einen engen Kreis von Fachbesuchern richten oder auch an das allgemeine Publikum.





## ■ News

## Messen 2015 ff mit zertifizierten Daten planen

In vielen Unternehmen läuft die Messeplanung für 2015 oder gar 2016 bereits. Für fast 130 deutsche Messen der ersten drei Quartale 2014 – von internationalen Fachmessen bis zu regionalen Publikumsmessen – sind bereits FKM-zertifizierte Aussteller-, Flächen- und Besucherzahlen verfügbar und können als Planungsgrundlage unter ► [fkm.de](http://fkm.de) kostenlos abgerufen werden. Zertifiziert werden die Daten durch eine renommierte deutsche Wirtschaftsprüfungsgesellschaft im Auftrag und nach den Regeln der FKM – Gesellschaft zur Freiwilligen Kontrolle von Messe und Ausstellungszahlen.

Damit sind FKM-Zahlen zuverlässig und bieten die Möglichkeit des direkten Vergleichs, entweder mit der Vorveranstaltung oder mit anderen Messen. Für einen großen Teil dieser Messen sind auch Daten zur Besucherstruktur vorhanden.

Aussteller können dadurch erkennen, auf welchen Messen »ihre« Zielgruppen vertreten sind, und können so über Erst- oder Wiederbeteiligungen auf sicherer Basis entscheiden. Insgesamt unterliegen 192 Messen des laufenden Jahres der FKM-Zertifizierung.



**FKM**  
News

[fkm.de](http://fkm.de)



## ■ Praxis

## Die FKM-Besucherstrukturdaten: Einfluss bei Einkaufsentscheidungen

Messen sind auch im Online-Zeitalter hocheffiziente Informations- und Vergleichsplattformen, etwa zur Vorbereitung anstehender Investitions- oder Einkaufsentscheidungen. Deshalb ist die Entscheidungskompetenz der Besucher ein sehr wichtiger Faktor zur Bewertung der Qualität der Besucher. Durch repräsentative Befragungen ermitteln die Veranstalter nach den Regeln der FKM den Einfluss der Besucher in folgenden Stufen: ausschlaggebend, mitentscheidend, beratend, nicht beteiligt.

### Welchen Nutzen haben die Ergebnisse für Aussteller?

»Chefmessen«, bei denen der Aussteller direkt auf der Messe konkrete Geschäfte anbahnen oder abschließen kann, sind leicht zu identifizieren. Denn wer »ausschlaggebenden« Einfluss hat, kann auch auf der Messe direkt entscheiden. Die Zahlen können sich von Branche zu Branche stark unterscheiden. Wenn z.B. die Besucherschaft überwiegend aus (kleinen) Einzelhändlern besteht, werden zwangsläufig relativ hohe Anteile in der obersten Kategorie erreicht – trotz vielleicht nur geringer Ordervolumina. Auf Investitionsgütermessen mit vielen Besuchern aus größeren Unternehmen, die oft ein erhebliches Beschaffungsvolumen repräsentieren, dominiert eher die Mitentscheider-Ebene.

Deshalb sind bei diesen Veranstaltungen die beiden oberen Kategorien als nahezu gleichgewichtig zu betrachten und bilden deshalb die Gruppe der »Entscheider«. Hinter den Personen mit »beratendem« Einfluss verbergen sich in der Regel die Praktiker, die zwar nicht mitentscheiden, aber für den Entscheider das »fachliche Gewissen« darstellen und oft hinzugezogen werden, wenn es um den konkreten Nutzen einer Beschaffung geht. Und häufig geben sie sogar einen Anstoß, über Beschaffungen nachzudenken, wenn sie auf der Messe z.B. besonders effiziente oder bedienungsfreundliche Produkte gesehen haben.

Mehr Informationen ► [fkm.de](http://fkm.de)





## ■ Lexikon

# Was ist eigentlich ... ein Besucher?



Die Besucherzahl ist eine der Kerngrößen jeder Messestatistik. Nach dem FKM-Standard entspricht sie der Zahl der Eintritte in das Messegelände, wobei pro Besucher höchstens ein Eintritt pro Tag gezählt wird. Gezählt werden selbstverständlich nur tatsächlich realisierte und nachgewiesene Eintritte, eine Vorregistrierung allein reicht nicht aus. Vielfach wird die Zahl der Eintritte durch ein elektronisches Einlass-System ermittelt. In anderen Fällen kann sie durch das Ergebnis einer Besucherregistrierung vor Ort oder durch eine anderweitige Zählung der tatsächlich genutzten Eintrittskarten ermittelt werden.

Personen, die an zwei oder drei Tagen die Messe besuchen, werden also entsprechend oft gezählt, denn sie haben meistens wesentlich mehr Kontakte zu Ausstellern als Ein-Tages-Besucher.

Aufgrund der methodisch bedingten Schwankungsbreite werden die Besucherzahlen nur in Ausnahmefällen durch eine repräsentative Befragung ermittelt, und zwar dann, wenn für zwei oder mehrere parallel laufende Messen eine gemeinsame Eintrittskarte verkauft wird.

Eine hohe Besucherzahl ist aber noch kein Wert, an dem die Qualität der Veranstaltung gemessen wird. Dazu ist ein zusätzlicher Blick in die Besucherstrukturdaten notwendig, die die FKM ebenfalls anbietet. Außerdem ist beim Vergleich von Besucherzahlen einzelner Messen immer zu beachten, ob eine Veranstaltung sich an Fachbesucher richtet, ob auch Privatbesucher zugelassen sind oder ob sie sich vorrangig an das allgemeine Publikum richtet.

Auch können sich scheinbar ähnliche Messen aufgrund des unterschiedlichen Angebotsspektrums an unterschiedliche Zielgruppen richten. Sollten die FKM-Daten nicht reichen, sind über den Veranstalter weitere Informationen erhältlich.

## FKM knowhow Impressum

Tipps zur Nutzung  
zertifizierter Messezahlen  
Nr. 1 · 20. November 2014

Herausgeber  
Gesellschaft zur Freiwilligen  
Kontrolle von Messe- und  
Ausstellungszahlen

Littenstraße 9, 10179 Berlin  
Telefon: (030) 24 000 - 0  
Telefax: (030) 24 000 - 340  
info@fkm.de

Redaktion  
Dipl.-Volksw. Harald Kötter

## FKM kompakt

- einzige deutsche Zertifizierungsorganisation für Messezahlen
- rund 55 deutsche Veranstalter sind Gesellschafter
- einheitliche Definitionen, einheitliche Prüfverfahren
- rund 200 Messen pro Jahr werden zertifiziert, für rd. 80% der Messen auch Besucherstrukturdaten
- Zertifizierung durch den Wirtschaftsprüfer Ernst & Young