



Tipps zur Nutzung zertifizierter Messezahlen

022015

■ Zertifizierung: Wie funktioniert das?

Nicht etwa Angestellte der FKM, sondern unabhängige Wirtschaftsprüfer zertifizieren in Deutschland Messekennzahlen, und das nicht nur vom Schreibtisch aus. [Seite 2](#)

■ Zentrales Besuchermerkmal: Aufgabenbereich

Aussteller wollen auf Messen diejenigen Besucher finden, die sie auch sonst als Ansprechpartner haben. Der Aufgabenbereich des Besuchers gibt dazu wichtige Hinweise. [Seite 4](#)

■ Viele Planungsdaten für 2016 schon verfügbar

Die Website der FKM bietet jetzt für rund drei Viertel der Messen 2015 Kennzahlen nach FKM-Standard, darunter auch Besucherstrukturdaten zur qualitativen Bewertung. [Seite 3](#)

■ Was ist eigentlich ... ein Fachbesucher?

Der eine Aussteller sucht den Kontakt mit Händlern, der andere mit den Endverbrauchern. Also: als erstes den Fach- oder Privatbesucheranteil einer Messe herausfinden. [Seite 5](#)

20. November 2015

Inhalt

Einblick	2
News	3
Praxis	4
Lexikon	5



Aktuelle Meldungen und
zertifizierte Kennzahlen
auf einen Klick:
▶ fkm.de

■ **Einblick**

Wie zertifiziert man Messezahlen?



Zertifiziert wird heute so gut wie alles, von neuen Flugzeugtypen bis zu Abläufen bei Serviceleistungen. Wie das genau funktioniert, erfährt der Nutzer aber nur selten. Eine FKM-Zertifizierung ist dagegen sehr transparent, denn die FKM-Gesellschafter wollen nicht nur Standards erfüllen, sondern bei ihren Kunden Vertrauen schaffen – Vertrauen in die Richtigkeit und Vergleichbarkeit von Messekennzahlen und von Besucher-Strukturdaten.

Im Prinzip besteht eine FKM-Zertifizierung aus zwei Schritten: Ein Vertreter des FKM-Zertifizierers, der renommierten Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Ernst & Young, »begeht« zunächst die Messe, d. h. er überzeugt sich z. B. von der Funktionsfähigkeit des Besuchereinlass-Systems, denn bei der Zählung von Besuchern (und auch von Ausstellern) gilt das Anwesenheitsprinzip. Der Veranstalter muss nachweisen, dass ein Besucher, der etwa im Vorverkauf eine Eintrittskarte erworben hat, wirklich da war. Das wird durch ein elektronisches Einlass-System ermittelt oder manuell, etwa durch das Einsammeln von Vorregistrierungen oder die Einbehaltung von Abschnitten von Vorverkaufskarten. Personen, die nur vorhatten, zu einer Messe zu kommen, sind also nicht in FKM-Besucherzahlen enthalten.

Der Prüfer beobachtet ebenfalls, ob die Interviewer, die FKM-Besucherbefragungen durchführen, korrekt arbeiten. Die Begehung des Prüfers bezieht sich natürlich auch auf die Ausstellerseite: Er prüft, ob Stände entsprechend den FKM-Regeln mit Personal besetzt sind, und er sieht sich an, ob Gemeinschaftsstände und Sonderschauen den Aufplanungen des Veranstalters entsprechen.

Die eigentliche Arbeit für den Prüfer beginnt aber erst später. Einige Wochen nach der Messe wird im Hause des Veranstalters kontrolliert, ob für alle vom Veranstalter gemeldeten Aussteller Anmeldungen und Standbestätigungen vorliegen, ob Kassenabrechnungen mit den vorgelegten Besucherzahlen übereinstimmen und ob die Ergebnisse des elektronischen Einlass-Systems plausibel sind. Selbstverständlich werden solche Systeme vor dem ersten Einsatz separat zertifiziert.

Und wie oft findet eine solche Prozedur statt? Für Messen, die jährlich oder alle zwei Jahre stattfinden, bei jeder zweiten Durchführung, bei Messen mit Drei- oder Mehrjahresturnus jedes Mal. Das heißt: Die FKM-Gesellschafter investieren eine Menge Zeit und Geld, um ihren Kunden vertrauenswürdige Daten für ihre Messeplanung zur Verfügung zu stellen.



■ News

Deutsche Messen sind Entscheider-Messen – FKM-Daten belegen das

Rund 80 % der Entscheider in der deutschen Wirtschaft sind Messebesucher. Das ergab eine kürzlich abgeschlossene Untersuchung im Auftrag des Verbandes der deutschen Messewirtschaft AUMA. Immerhin 17 % der messebesuchenden Entscheider wollen künftig sogar häufiger dieses Instrument nutzen, nur 8 % weniger. Auf deutschen Messen gibt es also eine Menge Besucher, die Geschäfte abschließen können oder zumindest Beschaffung und Einkauf wesentlich mitbestimmen. Wie die FKM-Besucherstrukturtests zeigen, haben im Durchschnitt zwei Drittel der Fachbesucher entscheidenden oder mitentscheidenden Einfluss. Das alleine sind schon starke Argumente für eine Messebeteiligung, aber Aussteller benötigen auch spezielle Informationen über die Besucherstruktur, um

diejenigen Messen zu finden, die für sie relevant sind. Zertifizierte Basisinformationen und Besucherstruktur-Daten für zahlreiche Messen des Jahres 2015 bietet bereits jetzt die FKM auf ihrer Website:

► [fkm.de/Zertifizierte Messedaten](http://fkm.de/Zertifizierte_Messedaten)

Aussteller finden dort für rund 150 Messen der ersten drei Quartale 2015 Datenmaterial für ihre Messeplanung, für drei Viertel der Messen auch Besucherstrukturen – Informationen nicht nur über den Anteil der Entscheider, sondern ebenso über Wirtschaftszweig, Aufgabenbereich und regionale Herkunft des Besuchers. Also alle Daten und Fakten, die zur Auswahl der »richtigen« Messe notwendig sind.



FKM
News

fkm.de



■ Praxis

Die FKM-Besucherstrukturdaten: Aufgabenbereich

Informationen zum Aufgabenbereich gehören zu den Messedaten, an denen Aussteller am stärksten interessiert sind. Wie Befragungen ergeben haben, halten fast 70% der Aussteller Informationen dazu für wichtig oder sehr wichtig. Denn hier kann der Aussteller erkennen, ob er seine fachlichen Ansprechpartner aus den Unternehmen auf einer Messe erreichen kann oder nicht. Und aus den vorrangigen Aufgabenbereichen der Besucher ergeben sich spezielle Anforderungen an das Standpersonal und die Auswahl der Exponate, aber auch an die Gestaltung der Kommunikationsflächen auf dem Messestand. Muss ich im Wesentlichen meine Produkte oder Leistungen anhand der Exponate erklären oder brauche ich auch in größerem Umfang »Rückzugsorte« für vertrauliche Gespräche?

Der Aussteller kann aus dem Aufgabenbereich des Besuchers auch erkennen, dass Investitionsgütermessen nicht nur von Technikern und Beschaffungsvorständen und Konsumgütermessen nicht nur von Einkäufern besucht werden. Vielmehr wirken gerade in größeren Unternehmen oder bei Spezialbeschaffungen auch Vertreter der jeweiligen Fachabteilungen an den Entscheidungsprozessen mit.

Konsumgütermessen werden auch von Verkäufern und Marketingexperten besucht, die z.B. Anregungen für die Warenpräsentation im Einzelhandel suchen. Shopdesigner lassen sich von innovativen Standbaulösungen inspirieren. Und viele Firmen, die Investitionsgüter beschaffen wollen, schicken auch die späteren Anwender auf Messen, denn deren Fachkenntnis entscheidet oft über die Effizienz etwa einer neuen Maschine in der Betriebspraxis. Aussteller sollten sich also auch auf Kontakte mit solchen Besuchergruppen einrichten, die eine wichtige Funktion für die Marktdurchsetzung von Produkten haben.

Und wenn bei bestimmten Messen das Aufgabenspektrum der Besucher nicht durch die Standard-Antwortvorgaben abgedeckt wird, kann der Messeveranstalter ergänzend oder alternativ nach dem Beruf des Besuchers fragen.



Ein gemeinsames Qualitätsmerkmal fast aller deutschen Messen ist außerdem ein hoher Anteil von Besuchern aus Vorstand, Geschäftsführung oder Geschäftsleitung, also Personen, die oft die Weichen für grundlegende Veränderungen in den Einkaufs- oder Beschaffungsstrategien stellen. Zu beobachten ist übrigens, dass zunehmend Führungskräfte und Anwender aus einem Unternehmen gemeinsam eine Messe besuchen – ein Idealfall für schnelle und zuverlässige Beschaffungsentscheidungen.

FKM knowhow Impressum

Tipps zur Nutzung
zertifizierter Messezahlen
20. November 2015

Herausgeber:
Gesellschaft zur Freiwilligen
Kontrolle von Messe- und
Ausstellungszahlen

Littenstraße 9 · 10179 Berlin
Telefon: 030 24000-0
Telefax: 030 24000-340
info@fkm.de

Redaktion:
Dipl.-Volksw. Harald Kötter

Wir danken den Messegesellschaften
für die Bereitstellung der Fotos.

FKM kompakt

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

■ Lexikon

Was ist eigentlich ... ein Fachbesucher?



Entscheidend für den Erfolg eines Ausstellers ist vor allem, ob diejenigen Besucher da sind, die der Aussteller erwartet. Mangelnde Klarheit über die Struktur der Besucher führt häufig zu Fehleinschätzungen bis hin zu Enttäuschungen. Die erste Frage bei der Messevorbereitung sollte daher sein, ob für das Unternehmen eine Messe sinnvoll ist, die eher von Fach- oder von Privatbesuchern genutzt wird.

Als Fachbesucher werden diejenigen Besucher bezeichnet, die eine Messe aus geschäftlichen/beruflichen Gründen besuchen. Ermittelt wird dies durch eine repräsentative Befragung auf dem Messegelände im Rahmen des FKM-Besucherstrukturtests. Privatbesucher kommen dagegen aus persönlichem Interesse. Bei Konsumgütermessen liegt der Fachbesucheranteil meistens nahe bei 100 %, weil die Interessenten ihre Fachbesuchereigenschaft in der Regel nachweisen müssen. Bei Investitionsgütermessen kann der Anteil niedriger liegen, weil interessierte Privatbesucher nicht ausgeschlossen werden.

Publikummessen weisen Privatbesucheranteile von deutlich über 80 % auf, selten aber exakt 100 %. Das bedeutet, dass der Aussteller bei diesem Veranstaltungstyp auch immer einen kleineren Teil beruflich interessierter Besucher der jeweiligen Branchen erreichen kann.

Durch FKM-zertifizierte Fach- und Privatbesucheranteile weiß er aber immer, auf welchen Besuchertyp er sich einstellen muss, wenn er die Gestaltung seines Standes plant und das Standpersonal zusammenstellt. Eine besondere Herausforderung sind Messen, die Fach- und Privatbesuchertage haben. Hier muss der Aussteller mit unterschiedlichen Anforderungen rechnen, denn die Besucherzahlen sind an Privatbesuchertagen wesentlich höher und Privatbesucher haben spezifische Informationsbedürfnisse. Wobei Aussteller häufig feststellen, dass manche Privatbesucher auf Special-Interest-Messen so gut informiert sind, dass sie fast den Kenntnisstand eines Fachbesuchers haben.

Mehr Informationen ► [fkm.de/Zertifizierung](https://www.fkm.de/Zertifizierung)

