



Tipps zur Nutzung zertifizierter Messezahlen

012018

12. Februar 2018

Inhalt

Einblick	2
News	3
Praxis	4
Lexikon	5

■ Wo gibt es zuverlässige Auslandsdaten?

In vielen europäischen Ländern gibt es ähnliche Prüforganisationen wie die FKM. In der AUMA-Datenbank sind geprüfte Messen markiert. **Seite 2**

■ Besucherstrukturtest: Betriebsgröße

Messebesucher kommen aus Firmen mit über 100.000 Mitarbeitern oder auch unter 10. Was sagt das über die Qualität aus? **Seite 4**

■ FKM-Gesellschafterversammlung

2017 fast 190 Messen mit FKM-Zertifizierung. **Seite 3**
Neue Mitglieder im FKM-Arbeitsausschuss. **Seite 3**

■ Verbundmesse – was ist das?

Wenn mehrere Messen gleichzeitig stattfinden – wie werden dann die Besucher der Teilmessen gezählt? **Seite 5**



Aktuelle Meldungen und
zertifizierte Kennzahlen
auf einen Klick:

► fkm.de

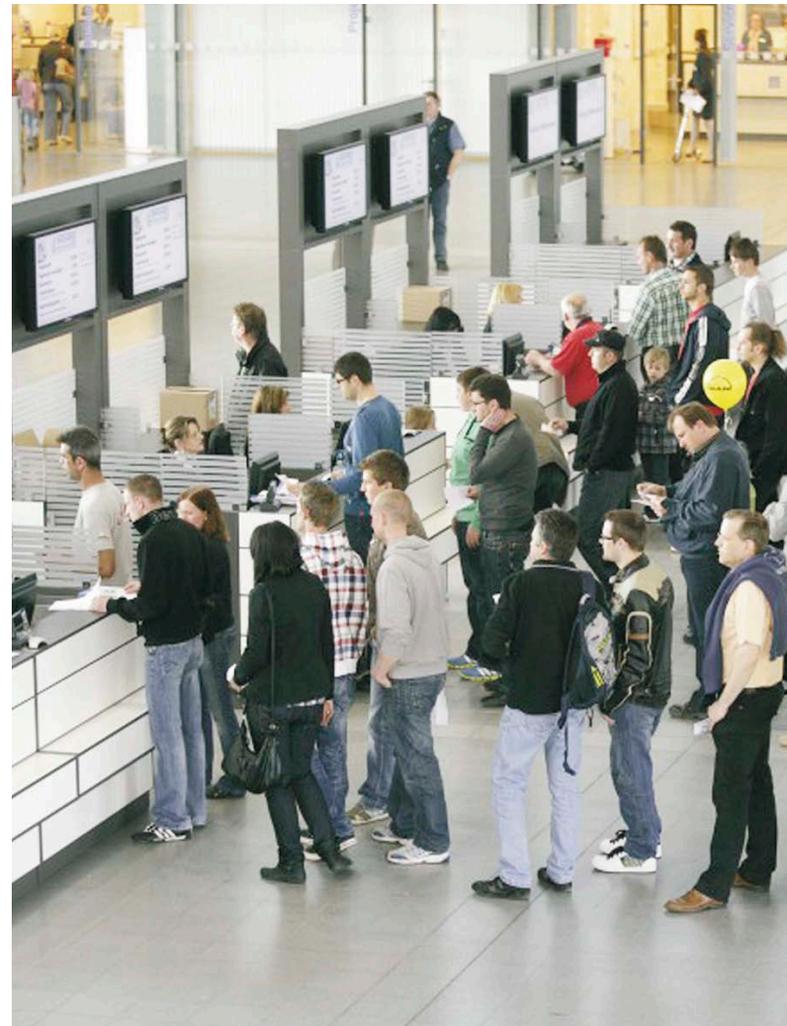
■ Einblick

Prüfung von Messezahlen – eine deutsche Spezialität?

Messeplanung auf der Basis zuverlässiger Daten ist häufig schon in Deutschland schwierig. Zwar werden für rund 80% der internationalen und nationalen Messen die Aussteller- und Besucherzahlen durch die FKM zertifiziert, im Sektor Regionalmessen sind es jedoch nur etwa 40%. Weitaus schwieriger ist es aber, für Auslandsmessen Datenmaterial zu beschaffen, auf das man sich verlassen kann. Was aber wenig bekannt ist: In vielen europäischen Ländern gibt es Prüforganisationen für Messezahlen, die ähnlich wie die FKM arbeiten. Sie haben Standards für die Ermittlung von Aussteller-, Standflächen- und Besucherzahlen definiert und prüfen die Einhaltung dieser Regeln, wenn auch häufig mit geringer Intensität, als es in Deutschland üblich ist.

Immerhin verzeichnet die Messedatenbank des AUMA – des Verbandes der deutschen Messewirtschaft – für Europa außerhalb Deutschlands pro Jahr rund 750 Messen mit geprüften Daten. Fast genauso lange wie bei uns werden in Frankreich Messen geprüft, nämlich seit rund 50 Jahren. Entsprechende Daten sind auch für zahlreiche Messen in Spanien, Portugal und Italien verfügbar. In einigen Teilen Europas hat die FKM schon vor zwei Jahrzehnten die Gründung von Prüforganisationen unterstützt – so die Scandinavian Fair Control, die mitteleuropäische Organisation CENTREX mit Sitz in Budapest, die heute von Polen bis Bulgarien tätig ist, und die RUEF in Russland. Die FKM-Austria, die eine selbständige Organisation ist, hat schon vor über 30 Jahren große Teile der in Deutschland geltenden FKM-Regeln übernommen.

Es lohnt sich also, genauer hinzuschauen, wenn man Daten für Beteiligungen im Ausland beschafft. In der Datenbank des AUMA sind geprüfte Auslandsmessen ausdrücklich gekennzeichnet. Auch wenn die Definitionen manchmal von deutschen Standards abweichen, besser als ungeprüfte Daten ist dieses Material allemal. Also bei Messestatistiken unter [► auma.de](http://auma.de) auf das scheinbar Nebensächliche achten: Abkürzungen wie OJS, SFC oder AFE versprechen Lichtblicke im Nebel der Auslandsmesseplanung.



■ News

2017 fast 190 Messen mit FKM-Zertifizierung

Fast 190 Messen des Jahres 2017 haben die FKM-Gesellschafter durch die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Ernst & Young zertifizieren lassen. Die meisten Ergebnisse sind bereits in der Online-Datenbank der FKM ► fkm.de verfügbar. Das gilt für die Basisdaten wie Aussteller- und Besucherzahlen ebenso wie für Daten zur Besucherstruktur. Bis März 2018 werden alle Daten zur Verfügung stehen. Bedingt durch das relativ schwache Messeprogramm des Jahres 2017 wurden weniger Messen als 2016 geprüft (202). Für 2018 werden aber wieder deutlich mehr Messen zertifiziert, voraussichtlich etwas über 200.

Insgesamt sind zurzeit 284 Messen in Deutschland zur Zertifizierung angemeldet. Im Ausland hat die FKM 2017 achtzehn Messen geprüft, in Verona und Hongkong.



Neue Mitglieder im FKM-Arbeitsausschuss



Die FKM-Gesellschafterversammlung hat am 14. Dezember 2017 zwei Vertreter der Gesellschafter neu in den Arbeitsausschuss gewählt: Dr. Katja Neubauer, Leiterin Customer Data der Deutschen Messe AG, Hannover, und Wolfgang Uellner, Fachbereichsleiter Corporate Research der Messe Frankfurt GmbH. Ausgeschieden sind Hiltrud Punstein, Messe Frankfurt GmbH, und Mathias Thörner, Deutsche Messe AG. Beide sind nach rund 25jähriger Tätigkeit für die FKM in den Ruhestand getreten. Vorsitzender des Arbeitsausschusses ist seit Anfang 2017 Stefan Reiser, Leiter Marktforschung der Messe München GmbH.

Hauptaufgaben des Arbeitsausschusses sind die Beratung des Wirtschaftsprüfers in Zweifelsfragen bei der Auslegung von Prüfungsregeln, Diskussion von Vorschlägen aus dem Gesellschafterkreis für Änderungen von Regeln und Prüfungsabläufen und Entwicklung von Empfehlungen für die Gesellschafterversammlung zur Weiterentwicklung der FKM.

FKM knowhow Impressum

Tipps zur Nutzung
zertifizierter Messezahlen
12. Februar 2018

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
- 50 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

■ Praxis

FKM-Besucherstrukturtest: Betriebsgröße

Messen werden von Unternehmen besucht, die 100.000 Mitarbeiter haben oder auch nur 10 oder weniger. Und manche Messen haben überwiegend Besucher aus größeren Firmen und bei anderen dominieren die kleineren. Woran liegt das? Zunächst einmal haben die Nachfrager je nach Branche natürlich ganz unterschiedliche Größenstrukturen. Die Besucher auf Maschinenbaumessen kommen eben zu einem erheblichen Teil aus dem größeren Mittelstand. Aber selbst auf solchen Veranstaltungen kommen 20-30% aus Firmen mit unter 50 Beschäftigten. Das heißt auch: Wer als Aussteller bisher auf »seiner« Messe eher Großkunden erreicht hat, sollte prüfen, wie er zusätzlich das übrige Potential erreichen kann. Denn das bedeutet oft auch Risikostreuung. Eher umgekehrt ist es auf vielen Konsumgütermessen. Hier stellen die Firmen mit unter 50 Beschäftigten häufig 70% der Besucher, denn der Einzelhandel ist eben auch heute noch überwiegend kleinteilig strukturiert.

Gerade kleinere Aussteller haben in diesem Segment meistens das Gros ihrer Kundschaft. Aber das Ordervolumen ist hier oft auch bescheiden. Wesentlich interessanter sind deshalb häufig die wenigen Prozent an Besuchern, die von den Handelsriesen kommen. Diese auf Messen für das eigene Produkt zu interessieren, ist für KMU eine schwierige, aber oft auch lohnende Kunst. Dass dieses Potential auf einer Messe vorhanden ist, kann man jedenfalls aus den Fachbesucherstrukturtests der FKM leicht herauslesen. Es gibt andere Branchen, für die es Messen unterschiedlichen Typs gibt: solche, die auf der Besucherseite eher größeren Firmen aus einem nationalen oder internationalen Umfeld anziehen, und solche, die eher auf kleinere ausgerichtet sind, z. B. auf Handwerksbetriebe, die aus einem regionalen Einzugsgebiet kommen. Hier muss der Aussteller selbst entscheiden, wo seine Prioritäten liegen. Auch dabei helfen die FKM-Daten. Und oft genug lohnt es sich, auf beiden Messtypen auszustellen.



■ Lexikon

Was ist eine Verbundmesse und wie zählt man ihre Besucher?

Aussteller, Besucher oder auch Journalisten bemerken manchmal erst auf dem Messegelände, dass dort nicht nur die Messe stattfindet, die sie erwarten, sondern weitere, die gleichzeitig stattfinden oder auch überschneidend. Der Sinn solcher Messeverbände besteht zumeist darin, für Besucher mit Interesse an verwandten Messethemen die Messetermine auf einen Punkt, zu einem gemeinsamen Termin an einem Standort, zu konzentrieren.

Es stellt sich jedoch die Frage: Wie stellt man eigentlich fest, welcher Besucher wo gewesen ist? Oder gibt es nur eine große Besucherzahl für alle Messen?

Die FKM hat dazu zunächst Folgendes definiert: Messen im Verbund sind zwei oder mehr Messen, die am gleichen Ort zeitlich parallel oder überlappend stattfinden und von Messebesuchern gemeinsam genutzt werden können. Sie haben üblicherweise thematische Beziehungen oder Verknüpfungen.

Und wie werden nun die Besucher nach FKM-Standard gezählt? Grundsätzlich unterscheidet man drei Methoden:

Methode 1 setzt auf eine Eintrittskarte für alle parallel stattfindenden Messen und sieht keine weiteren Maßnahmen vor, um die Besucherzahl der einzelnen Teile zu ermitteln. In diesem Fall muss der Veranstalter auch die separat vorhandenen Aussteller- und Standflächenzahlen zusammenzählen und das Gesamtergebnis des Verbundes veröffentlichen. Denn die FKM will vermeiden, dass vielleicht die bescheidene Ausstellierzahl einer kleinen Teilmesse zusammen mit einer vergleichsweise astronomischen Besucherzahl des gesamten Verbundes veröffentlicht wird. Eines der wichtigsten Ziele der FKM ist nun einmal Glaubwürdigkeit.

Methode 2 bedeutet die exakte Zählung der Besucher der einzelnen Teilmessen. Das heißt: An den Übergängen zwischen den Teilmessen werden die Besuchertickets gescannt oder anderweitig kontrolliert.

Besucher, die mehr als eine Teilmesse besucht haben, werden den entsprechenden Teilmessen zugerechnet. Die Addition der Besucherzahlen der einzelnen Teilmessen ist allerdings nicht zulässig. Der Veranstalter darf aber separate Aussteller- und Besucherzahlen für alle Teilmessen veröffentlichen. Diese Methode liefert z. B. für den Aussteller die genauesten Ergebnisse, aber sie ist gleichzeitig am aufwändigsten und die Besucher fühlen sich womöglich stark kontrolliert.

Methode 3 ist das deshalb am häufigsten angewandte Verfahren: Man fragt eine repräsentative Stichprobe der Besucher am Messe-Ausgang, welche der Teilmessen sie besucht haben. Dabei können Besucher ebenfalls mehrere Messen angeben und es gelten dieselben Veröffentlichungsregeln wie bei der exakten Zählung.

Fazit: Um Ausstellern oder Besuchern auch bei Verbundveranstaltungen eine ähnliche Qualität an Information über »ihren« Teilbereich zu bieten, hat die FKM klare Standards gesetzt. So werden Fehleinschätzungen vermieden, weil sich – in der Regel – die hohe Gesamtbesucherzahl eines Verbundes nicht gleichmäßig auf alle Bereiche verteilt. Denn nicht jede Besucherzielgruppe hat gleiches Interesse an allen Themenfeldern einer Verbundveranstaltung.

